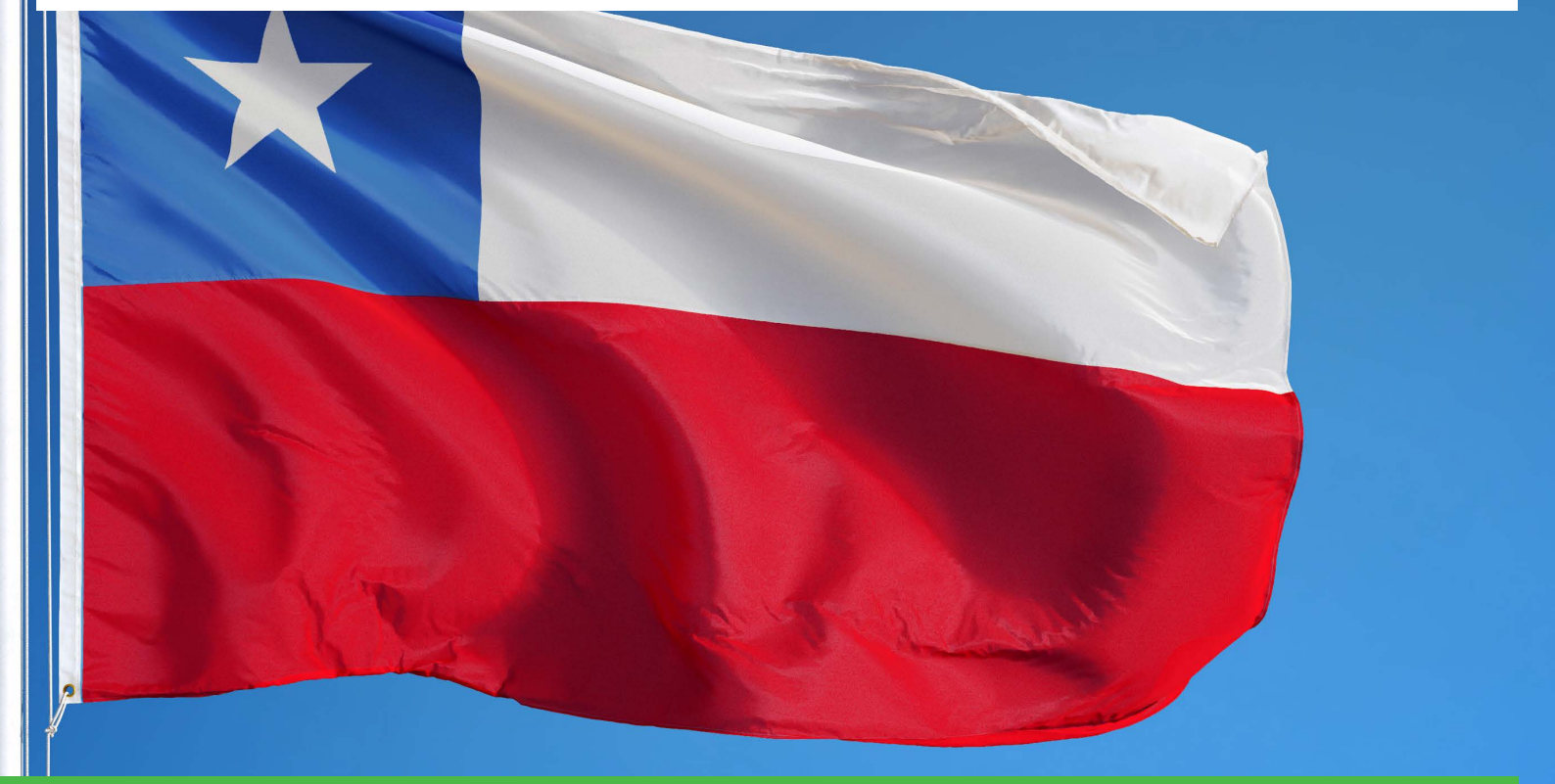
Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft



Der Markt für alkoholische Getränke in Chile

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und Ernährungswirtschaft / Dezember 2018

agrarexportfoerderung.de

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis 4
Tabellenverzeichnis 6
Abbildungsverzeichnis 7
Abkürzungsverzeichnis 8
1. Zusammenfassung 10
2. Einleitung 11
3. Marktsituation in Chile 12
3.1 Aktuelle Wirtschaftslage 12
3.2 SWOT-Analyse 14
3.3 Makroökonomischer Überblick zum Land 15
4. Entwicklungen im Lebensmittelhandel 16
4.1 Hohe Marktkonzentration 16
4.2 Deutsche Agrarexporte nach Chile 17
5. Produktspezifische Informationen zu alkoholischen Getränken in Chile 24
5.1 Bier 24
5.1.1 Verbrauchernachfrage 25
5.1.2 Lokale Marktbedingungen und Eigenproduktion 26
5.1.3 Orientierungspreise und Marktführer 27
5.1.4 Vertriebswege, Einfuhr und Ausfuhr 30
5.1.5 Chancen für deutsche Exporteure 32
5.1.6 SWOT-Analyse Bier 33
5.2 Spirituosen 33
5.2.1 Verbrauchernachfrage 33
5.2.2 Lokale Marktbedingungen und Eigenproduktion 35
5.2.3 Orientierungspreise und Marktführer 36
5.2.4 Vertriebswege, Einfuhr und Ausfuhr 37
5.2.5 Chancen für deutsche Exporteure 37
5.2.6 SWOT-Analyse Spirituosen 38
5.3 Wein 38
5.3.1 Verbrauchernachfrage 38
5.3.2 Lokale Marktbedingungen und Eigenproduktion 39
5.3.3 Orientierungspreise und Marktführer 40
5.3.4 Vertriebswege, Einfuhr und Ausfuhr 41
5.3.5 Chancen für deutsche Exporteure 42
5.3.6 SWOT-Analyse Wein 42
6. Regelungen zum Import 43
6.1 Rahmenbedingungen 43

6.1.1 Handelsabkommen zwischen Chile und Deutschland 43
6.1.2 Weitere Handelsabkommen 44
6.2 Verfahrensablauf 45
6.2.1 Ablauf des Zollverfahrens 45
6.2.1.1 Einfaches Verfahren 46
6.2.1.2 Verfahren mit Zollagent 47
6.3 Zulassungsvoraussetzung 48
6.3.1 CDA – Zollzertifikat des Reisezieles 49
6.3.2 UYD – Zertifikat zur Erlaubnis für Benutzung und Veräußerung von importierten Lebensmitteln 51
6.4 Zollsätze 53
6.5 Zahlungs- und Währungsabsicherung 54
6.6 Lebensmittelkennzeichnung 57
6.6.1 Anforderungen an Verpackung und Kennzeichnung 58
6.6.2 Anforderungen bei Alkohol und alkoholischen Getränken 58
7. Relevante Ansprechpartner 59
7.1 Relevante Kontaktveranstaltungen 59
7.2 Absatzwege 60
Quellenverzeichnis 71

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: SWOT-Analyse der GTAI zu Chile 14
Tabelle 2: Vergleich von Wirtschaftskennzahlen zwischen Deutschland und Chile 15
Tabelle 3: Übersicht der TOP 5 Retailer in Chile 2018 16
Tabelle 4: Deutsche Exporte nach Chile, Wert 17
Tabelle 5: Deutsche Exporte nach Chile, Menge 19
Tabelle 6: Deutsche Exporte Bier nach Chile, Wert 22
Tabelle 7: Deutsche Exporte Branntwein nach Chile, Wert 22
Tabelle 8: Deutsche Exporte Wein nach Chile, Wert 22
Tabelle 9: Orientierungspreise Bier in Chile 29
Tabelle 10: SWOT-Analyse Bier 33
Tabelle 11: Orientierungspreise Spirituosen in Chile 36
Tabelle 12: SWOT-Analyse Spirituosen 38
Tabelle 13: Orientierungspreise Wein in Chile 40
Tabelle 14: SWOT-Analyse Wein 42
Tabelle 15: Notwendige Dokumente zur Zollabwicklung 46
Tabelle 16: Basis- und Zusatzdokumente für den Import 47
Tabelle 17: Harmonisierter Zollkodex und zuständige Behörde 49
Tabelle 18: Übersicht Zusatzsteuern 54
Tabelle 19: Grenzwerte der Kennzeichnungspflicht für Lebensmittel im flüssigen Zustand 57
Tabelle 20: Relevante Ansprechpartner 61

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Entwicklung des BIP pro Kopf in Chile 13
Abb. 2: Deutsche Ausfuhren alkoholischer Getränke nach Chile 23
Abb. 3: Marktanteile Biersektor in Chile 28
Abb. 4: Bierexporte nach Chile 31
Abb. 5: Entwicklung des Spirituosenkonsums in Chile 2013 – 2017 35
Abb. 6: Beantragung des Zollzertifikat des Reisezieles (CDA) 50
Abb. 7: Beantragung des Zertifikats UYD 52
Abb. 8: Wertentwicklung des Chilenischen Pesos (CLP) 56
Abb. 9: Kennzeichnungen für Lebensmittel 57

Abkürzungsverzeichnis

AB InBev	Anheuser-Busch InBev	
ACECHI	Asociación de Productores de Cerveza de Chile S.A.	Verband der chilenischen Bierproduzenten
AHK Chile		Auslandshandelskammer Chile
a.n.g.		anderweitig nicht genannt (Zollabkürzung)
APEC	Asia-Pacific Economic Cooperation	Asiatisch-Pazifische Wirtschaftsgemeinschaft
BIP		Bruttoinlandsprodukt
BMEL		Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
CCU	Compañia de Cervecerías Unidas S.A.	Name der größten Brauerei-Gruppe Chiles
CDA	Certificado de Destinación Aduanera	Zollzertifikat des Reisezieles
CIF-Wert	Cost, Insurance, Freight	Warenwert zuzüglich gezahlter Versicherungsprämien und dem Wert der Frachtüberführung
CLP	Peso Chileno	Chilenischer Peso
EU		Europäische Union
GEFA		GEFA Exportservice GmbH
GTAI		German Trade and Invest GmbH
KMU		Kleine und mittelständische Unternehmen
MERCOSUR	Mercado Común del Sur	Gemeinsamer Markt Südamerikas
Mio.		Millionen
SAG	Servicio Agrícola y Ganadero	Landwirtschafts- und Viehhaltungsbehörde des Landwirtschaftsministeriums
SEREMI	Secretarias Regionales Ministeriales	Regionalbüros der Ministerien in Chile
TPP	Trans-Pacific Partnership	Transpazifische Partnerschaft

UYD	Uso y Disposición de Alimentos Importados	Zertifikat zur Erlaubnis für Benutzung und Veräußerung von importierten Lebensmitteln

1. Zusammenfassung

Chile ist eines der am weitesten entwickelten Schwellenländer der Welt und geprägt durch einen seit Jahren sehr wirtschaftsliberalen Kurs. Zwar ist der chilenische Markt mit ca. 18,2 Mio. Einwohnern ein vergleichsweise kleiner Exportzielmarkt für deutsche Exporteure, dennoch stellt das Land aufgrund seines für Lateinamerika vergleichsweise hohen Preisniveaus für Lebensmittel einen interessanten Absatzmarkt für die deutsche Agrar- und Ernährungswirtschaft dar.

Die Aktivitäten des BMEL und der exportorientierten Branche in Deutschland zeigen, dass Agrarprodukte und Lebensmittel „Made in Germany“ grundsätzlich mit einem sehr positiven Image verbunden werden. Diese werden auch in Chile sehr wertgeschätzt. Das aktuelle Warengruppenranking der deutschen Ausfuhren verarbeiteter Lebensmittel wird von Käse, Süßwaren und Bier angeführt. Grundsätzlich bestehen aber auch für viele weitere Produktgruppen der Branche sehr gute Exportchancen in das Land.

Grundsätzlich sind Chilenen einem Drink nicht abgeneigt, sei es ein Glas Rotwein, ein Bier oder ein Pisco Sour. Im privaten Rahmen gehören alkoholische Getränke als Aperitif und Begleiter zum Essen dazu. Einen nicht unerheblichen Anteil in der Veränderung des Alkoholkonsums in Chile machen die Frauen aus. Innerhalb der letzten zwei Jahrzehnte hat sich der Anteil der Frauen auf dem Arbeitsmarkt deutlich erhöht, immer mehr Frauen machen einen Hochschulabschluss, sind damit unabhängiger und haben mehr Geld zur Verfügung. Der Erfolg von Corona ist zu einem Großteil dem Konsum durch Frauen zuzuschreiben, ebenso wie der enorme Anstieg bei Sekten und Cocktails mit hochprozentigem Alkohol.[1]

[1] Open to Export, 01.03.2016: Women are changing the alcohol industry in Chile.[online]: https://opentoexport.com/blog/women-are-changingthealcohol-industry-in-chile/, [geöffnet am 12.09.2018].

2. Einleitung

Chile rangiert aktuell auf Platz 56 der wichtigsten Exportzielmärkte für die deutsche Agrar- und Ernährungswirtschaft. In 2017 betrugen die deutschen Ausfuhren der Branche gut 115 Mio. €. Das entsprach einer Steigerung gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 31,8 %.

Die Studie beginnt in Kapitel 3 mit einem Überblick zur derzeitigen Marktsituation in Chile. Diese umfasst eine Kurzvorstellung des Landes und seiner aktuellen Wirtschaftslage; eine Analyse der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken (SWOT-Analyse) in Tabellenform; sowie eine Gegenüberstellung der wichtigsten Wirtschaftskennziffern des Ziellandes im Vergleich zu Deutschland [Bruttoinlandsprodukt (BIP), Einwohner, Bevölkerungswachstum, Pro-Kopf-Einkommen (Kaufkraftparität), Wirtschaftswachstum nach Sektoren (real), Inflationsrate und Korruptionsindex].

Es folgt Kapitel 4, in welchem die Entwicklungen im chilenischen Lebensmittelhandel skizziert und die wichtigsten chilenischen Retailer kurz präsentiert werden. In einem nächsten Schritt werden deutsche Agrarexporte nach Chile tabellarisch dargestellt, wobei sowohl die landwirtschaftliche Produktion als auch die verarbeitende Industrie in verschiedenen Warengruppen thematisiert werden.

Im darauffolgenden Kapitel 5 werden die produktspezifischen Informationen zu alkoholischen Getränken in Chile behandelt. Unterteilt nach den Warengruppen Bier, Spirituosen und Wein wird jeweils die Verbrauchernachfrage, die lokalen Marktbedingungen, Orientierungspreise und Vertriebswege beschrieben. Es folgt eine Einschätzung der Chancen für deutsche Exporteure auf dem chilenischen Markt vor dem Hintergrund der dargestellten Rahmenbedingungen und der vorliegenden Marktsituation sowie die SWOT-Analysen für die einzelnen Warengruppen werden aufgezeigt.

Die Regelungen zum Import werden im Kapitel 6 aufgeführt. Hier werden wichtige Informationen zu Handelsabkommen und Zollverfahren vorgestellt sowie die Zulassungsvoraussetzungen, Zollsätze, Zahlungsabsicherungen und Lebensmittelkennzeichnung thematisiert.

Zum Abschluss erfolgt in Kapitel 7 eine Vorstellung relevanter Kontaktveranstaltungen und wichtiger Absatzwege. Dieses Kapitel enthält zudem einen Überblick zu den wichtigsten Akteuren der Branche einschließlich der entsprechenden Kontaktdaten.

3. Marktsituation in Chile

3.1 Aktuelle Wirtschaftslage

Chile rangiert auf der Liste der größten Volkswirtschaften zwar erst auf Platz 42, jedoch handelt es sich bei dem kleinen Land mit seinen aktuell rund 18,2 Mio. Einwohnern um eines der am weitesten entwickelten Schwellenländer. Das südamerikanische Land mit einer Nord-Süd-Ausdehnung von 4.275 km profitiert seit dem 19. Jahrhundert vom Abbau und vom Export von wichtigen Rohstoffen. Während zunächst der Salpeterabbau im Mittelpunkt stand, sind es heute vor allem Kupfer und seltene Erden (z. B. Lithium, Jod, Rhenium, Molybdän), welche die Entwicklung des Landes zu einer der führenden Volkswirtschaften Lateinamerikas begünstigten.

Im weltweiten Vergleich weist das Land daher auch eine vergleichsweise geringe Verschuldung auf; die Staatsanleihen des Landes gelten als die besten Lateinamerikas. Diese Einschätzung trifft auch auf die Kreditwürdigkeit des Landes zu, die mit den führenden westlichen Industriestaaten vergleichbar ist.

Die starke Konzentration auf die führende Branche des Landes, den Bergbau, bringt aber zugleich mit sich, dass das Land bis heute vergleichsweise wenig diversifiziert und von den aktuellen Rohstoffpreisen am Weltmarkt sehr abhängig ist. letzten Jahren . Das wurde dem Land zum Verhängnis, denn der Preisverfall der Rohstoffe seit 2015 führte zur deutlichen Abschwächung der Konjunktur in Chile.

Das Land ist vor allem in der von mediterranem Klima geprägten Mitte des Landes dicht besiedelt. Die Hauptstadt Santiago de Chile ist mit gut 6,5 Mio. Einwohnern die größte Stadt des Landes.

Chile hat sich konsequent dem Weltmarkt geöffnet und seine Wirtschaftspolitik von protektionistischen Tendenzen bereinigt. Es gibt einige Branchen die nahezu komplett aus dem Ausland Produkte einführen. Chile zählt weltweit zu den Staaten mit der größten Anzahl an Freihandels- und Investitionsabkommen, darunter APEC (asiatisch-pazifische Wirtschaftsgemeinschaft und die Pazifikallianz. Chile ist zudem Mitglied der „Trans-Pacific Partnership“ (TPP), die zwölf Pazifikanrainerstaaten, darunter USA, Japan, Kanada und Mexiko, und circa 40 % des globalen BIP vereint. Nachdem die US-Regierung unter Präsident Donald Trump im Januar 2017 aus dem Abkommen ausgestiegen ist, planen mehrere Pazifik-Anrainerstaaten einen Alternativvertrag. Mit dem MERCOSUR (Gemeinsamer Markt Südamerikas) ist Chile assoziiert.

Auch nach den Präsidentschaftswahlen im November 2017 setzt die Regierung Chiles weiter auf politische und wirtschaftliche Stabilität sowie auf die Fortsetzung ihres liberalen Wirtschaftskurses.[2]

Deutschland ist der bedeutendste Handelspartner Chiles in der Europäischen Union (EU) und fünfwichtigstes Lieferland insgesamt.

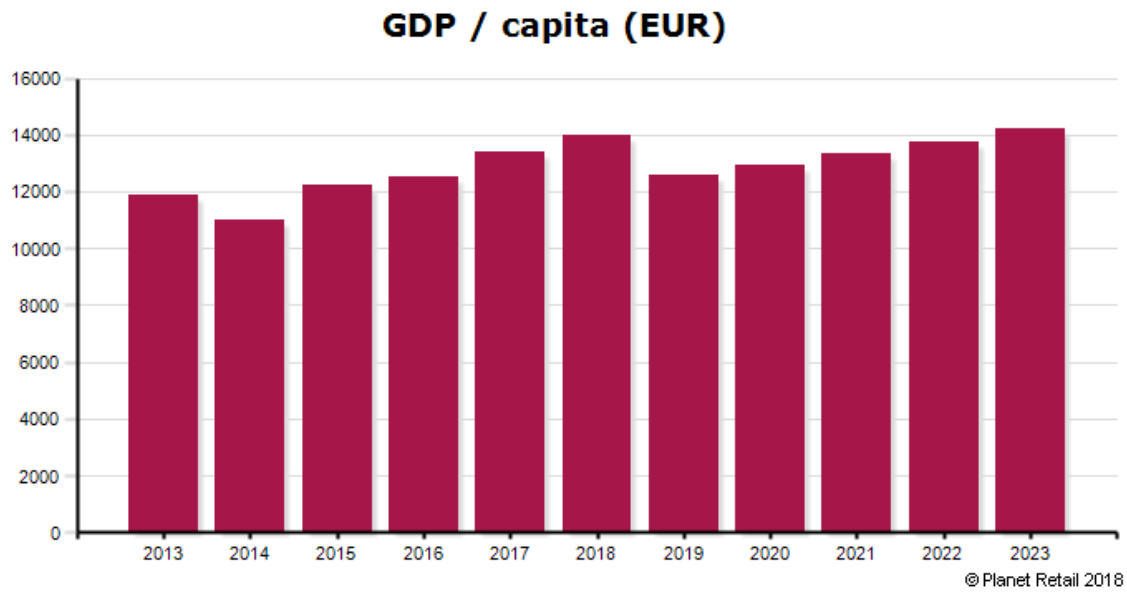


Abb. 1: Entwicklung des BIP pro Kopf in Chile

Diese positive Wirtschaftsentwicklung wird auch durch die in der Abbildung 1 gezeigte Entwicklung des BIP pro Kopf in Chile ab 2013 mit Prognose bis 2023 verdeutlicht. Diese lässt ab dem Jahr 2019 eine positive Entwicklung erwarten.[3]

Im internationalen Vergleich eher gut aufgestellt gilt die chilenische Agrar- und Ernährungswirtschaft. Die internationale Nachfrage nach zunehmend veredelten Agrarerzeugnissen lässt für Chile künftig wachsende Marktchancen erwarten, wenn es weiter gelingt, mit innovativen Produkten und Herstellungstechnologien auf neue Trends und Marktentwicklungen zu reagieren. Als zunehmender Wettbewerber des Landes gilt der Nachbarstaat Peru, dessen Exportstärke kontinuierlich wächst.

[2] Quelle: BMEL Länderbericht Chile, Mai 2018
[3] Quelle: Planet Retail, 2018

3.2 SWOT-Analyse

Die Länderexperten der German Trade and Invest GmbH (GTAI) schätzen die rechtlichen, politischen und regulatorischen Rahmenbedingungen für ein geschäftliches Engagement als stabil und gut ein. Die Tabelle 1 zeigt die SWOT-Analyse der GTAI zu Chile. [4]

Tabelle 1: SWOT-Analyse der GTAI zu Chile

Strengths (Stärken)	**Weaknesses (Schwächen)**
- starke Integration in die Weltwirtschaft - umfangreiche Rohstoffvorkommen - schnelle Firmengründung - solider Finanzsektor - verlässliche politische Rahmenbedingungen	- geografische Randlage - kleiner Binnenmarkt - hohe Energiekosten - viele Branchen kontrolliert von wenigen Großkonzernen - Erdbeben, Dürren, andere Naturkatastrophen
Opportunities (Chancen)	Threats (Risiken)
- Ausbau der Verkehrs- und Telekommunikationsinfrastruktur - Energiewende durch den Aufbau erneuerbarer Energien - Umwelttechnik, besonders Recycling - starke Nahrungsmittelindustrie - Elektromobilität im Fokus der Regierung	- geringe Diversifizierung der Wirtschaft und Abhängigkeiten von Rohstoffpreisen - Rechtsstreitigkeiten und Streiks bei Großprojekten - Fachkräftemangel - ungleiche Einkommensverteilung - geringe Steigerung der Produktivität

[4] GTAI, 2018. SWOT-Analyse – Chile (Juli 2018) [online]: https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Maerkte/Geschaeftspraxis/swot-analyse,t=swotanalyse--chile-juni-2018,did=1927106.html?view=renderPrint [geöffnet am 09.07.2018].

3.3 Makroökonomischer Überblick zum Land

Anhand der nachfolgenden Tabelle 2 werden wichtige Wirtschaftsdaten Chiles im Vergleich zu Deutschland dargestellt:

Tabelle 2: Vergleich von Wirtschaftskennzahlen zwischen Deutschland und Chile

Kriterium		**Chile**	**Deutschland**
Einwohner (2016, Quelle: Weltbank[5])		17,91 Mio.	82,67 Mio.
Bevölkerungswachstum (2016, Quelle: Weltbank[6])		+0,8 %	+1,2 %
BIP (2016, Quelle: Weltbank[7])		247 Mrd. USD	3,467 Bill. USD
Pro-Kopf-Einkommen (Kaufkraftparität), (2016, Quelle: Weltbank[8])		13.793 USD	41.936 USD
Wirtschaftswachstum nach Sektoren (real), 2017 (Quelle: Weltbank[9])	Landwirtschaft	+ 0,3 %	- 1,2 %
	Industrie	- 0,4 %	+ 2,6 %
	Dienstleistungen	+ 2,7[10] %	+ 2,2 %
Inflationsrate (Vergleich zum Vorjahr, 2017, Quelle: Statista[11], geschätzt)		2,4 %	1,8 %
Korruptionswahrnehmungsindex (CPI), (2017, Quelle: Transparency International)[12]		67 (Rang 26 von 176)	81 (Rang 12 von 176)

[5] Weltbank, 2016 [online].[online] : https://data.worldbank.org/country/Chile [geöffnet am 09.07.2018].
[6] Ebenda.
[7] Ebenda.
[8] Ebenda.
[9] Ebenda.
[10] 2016
[11] Statista, 2018 [online]: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/322615/umfrage/inflationsrate-in-chile/ [geöffnet am 09.07.2018].
[12] Transparency International, 2017 [online]:: https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2017 [geöffnet: am 09.07.2018].
Hinweis: Der Punktwert eines Landes gibt das wahrgenommene Korruptionsniveau im öffentlichen Sektor auf einer Skala von 0 bis 100 an. 0 bedeutet, dass der Sektor in dem Land als sehr korrupt wahrgenommen wird. 100 bedeutet, dass er als sehr integer wahrgenommen wird. Der Rang eines Landes spiegelt die Position im Vergleich zu anderen Ländern wider. Der Rang kann sich auch dadurch ändern, dass sich die Anzahl der im Index erfassten Länder geändert hat.

4. Entwicklungen im Lebensmittelhandel

4.1 Hohe Marktkonzentration

Laut Planet Retail verfügt Chile über den am stärksten konzentrierten Lebensmittelhandel in gesamt Lateinamerika. Die fünf größten Retailer des Landes vereinen fast 50 % aller Lebensmittelumsätze auf sich.

Tabelle 3: Übersicht der TOP 5 Retailer in Chile 2018

Retailer	Anzahl Filialen	Gesamtver-kaufsfläche in m²	Durchschnitt-liche Verkaufsfläche in m²	Lebens-mittel-umsätze in Euro	Marktanteil an den Ausgaben für Lebensmittel in %
Walmart	382	998.495	2.614	5.102.265.005	17,3
Cencosud	362	1.416.708	3.914	3.721.436.947	12,8
SMU	611	797.732	1.306	3.492.346.746	11,1
Falabella	207	1.267.853	6.125	1.752.790.257	6,0
OXXO	833	49.980	60	655.319.300	2,2

Quelle: Planet Retail Country Report 2018

Der mit Abstand größte Lebensmittelhändler des Landes ist Walmart, gefolgt von Cencosud und SMU mit jeweils mehr als 10 % Marktanteilen.

In Chile hat sich eine der anspruchsvollsten und modernsten Einzelhandelsstrukturen in ganz Lateinamerika gebildet, welche durch moderne Lebensmitteleinzelhandelsformate gekennzeichnet ist. Die den Markt beherrschenden Lebensmitteleinzelhandelsformate sind das SB-Warenhaus, das Warenhaus und der Supermarkt.

4.2 Deutsche Agrarexporte nach Chile

Die Ausfuhren der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft nach Chile haben sich von 2013 bis 2017 sehr positiv entwickelt. In diesem Zeitraum sind die deutschen Ausfuhren auf 256 % gestiegen, in 2017 gegenüber dem Vorjahr um ebenfalls beachtliche 31,8 %. Die nachfolgenden Tabellen (Wert und Menge) geben einen generellen Überblick über alle Ausfuhren der Branche in das südamerikanische Land wieder.

Tabelle 4: Deutsche Exporte nach Chile, Wert[13]

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, tEuro	2014, tEuro	2015, tEuro	2016, tEuro	2017, tEuro	VR in %
lebende Tiere	386	108	227	111	204	83,8
lebende Tiere, a.n.g.		15	63	111	144	29,7
Hausgeflügel	105	93	164		60	
Pferde	281					
Nahrungsmittel tierischen Ursprungs	1.842	3.068	14.496	26.264	42.516	61,9
Käse	174	490	5.017	12.891	28.382	120,2
Nahrungsmittel tierischen Ursprungs, a.n.g.	243	181	215	2.888	7.336	154,0
Fischmehl, Fleischmehl und ähnliche Erzeugnisse		6	7.615	4.938	4.699	- 4,9
Milch und Milcherzeugnisse	1.308	2.077	1.091	910	1.537	68,9
Eier, Eiweiß und Eigelb		43	143	306	189	- 38,2
Fische und Fischzubereitungen	98	135	112	4.143	187	- 95,5
Fleisch und Fleischwaren	11	25	52	33	116	251,5
Butter	1		35	154	69	- 55,2
tierische Öle und Fette	7	111	216	1	1	0,0
Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs	37.999	40.419	44.163	48.214	55.344	14,8
Kartoffeln und Kartoffelerzeugnisse	8.032	8.841	7.491	9.214	10.378	12,6
Kakao und Kakaoerzeugnisse	5.917	6.976	8.550	8.209	10.353	26,1
Backwaren und andere Zubereitungen aus Getreide	6.485	6.583	8.438	9.124	10.253	12,4

[13] Quelle: Statistisches Bundesamt/AMI, 2018

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, tEuro	2014, tEuro	2015, tEuro	2016, tEuro	2017, tEuro	VR in %
Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs, a.n.g.	8.404	7.807	9.315	10.185	9.900	- 2,8
Kleie, Abfallerzeugnisse zur Fütterung und sonst. Futtermittel	1.612	2.097	2.229	1.899	3.445	81,4
Saat- und Pflanzgut	1.768	2.152	2.462	2.828	2.746	- 2,9
Zuckerrüben, Zucker und Zuckererzeugnisse	1.804	1.856	1.457	1.172	2.253	92,2
Gemüsezubereitungen und -konserven	942	916	1.364	1.334	2.112	58,3
Getreideerzeugnisse	217	147	100	2.112	699	- 66,9
Malz	101	250	155	201	615	206,0
Ölfrüchte	588	721	376	232	599	158,2
Gewürze	563	448	471	445	559	25,6
pflanzliche Öle und Fette	408	474	428	485	518	6,8
Mais	451	419	492	192	308	60,4
Obstzubereitungen und -konserven	334	189	256	194	291	50,0
Schalen- und Trockenfrüchte	92	476	514	283	259	- 8,5
Reis und Reiserzeugnisse	20	23	16	55	11	- 80,0
Obst- und Gemüsesäfte	83	4	3		8	
Roggen	15	17		10	7	- 30,0
Sorghum, Hirse und sonstiges Getreide			1	6	7	16,7
Gemüse und sonstige Küchengewächse, frisch	12	2			7	
lebende Pflanzen und Erzeugnisse der Ziergärtnerei				6	6	0,0
Hafer	14	2	19		5	
Hülsenfrüchte	16	4		10	2	- 80,0
Ölkuchen	1	1	2	3	2	- 33,3
Frischobst, ausgenommen Südfrüchte					1	
Weizen	6	9	15	12		
Gerste	114	5	9	2		
Grün- und Raufutter				1		

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, tEuro	2014, tEuro	2015, tEuro	2016, tEuro	2017, tEuro	VR in %
Südfrüchte		0				
Genussmittel	4.719	5.807	8.245	12.736	17.051	33,9
Bier	2.182	2.814	4.296	8.446	11.821	40,0
Branntwein	567	833	1.145	1.330	1.718	29,2
Hopfen	130	848	888	1.225	1.267	3,4
Kaffee	1.475	820	796	975	1.146	17,5
Tee und Mate	274	362	506	421	480	14,0
Wein	73	105	511	187	438	134,2
Rohtabak und Tabakerzeugnisse	18	25	103	152	181	19,1
Insgesamt	44.946	49.402	67.131	87.325	115.115	31,8

Tabelle 5: Deutsche Exporte nach Chile, Menge[14]

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, t	2014, t	2015, t	2016, t	2017, t	VR in %
lebende Tiere	9	1	3	2	3	50,0
lebende Tiere, a.n.g.		0	2	2	3	50,0
Hausgeflügel	1	1	1		0	
Pferde	8					
Nahrungsmittel tierischen Ursprungs	427	864	6.987	24.296	22.078	- 9,1
Käse	47	162	1.774	5.957	9.921	66,5
Nahrungsmittel tierischen Ursprungs, a.n.g.		1	4.710	6.716	7.524	12,0
Fischmehl, Fleischmehl und ähnliche Erzeugnisse	43	6	30	2.204	4.109	86,4
Milch und Milcherzeugnisse	314	535	395	227	425	87,2
Eier, Eiweiß und Eigelb		10	30	70	44	- 37,2
Fische und Fischzubereitungen	3	5	11	8	27	237,5
Fleisch und Fleischwaren	18	22	12	9.072	15	- 99,8
Butter	0		10	42	14	- 66,7
tierische Öle und Fette	1	123	15	0	0	
Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs	19.584	22.923	23.077	25.722	30.464	18,4

[14] Quelle: Statistisches Bundesamt/AMI, 2018

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, t	2014, t	2015, t	2016, t	2017, t	VR in %
Kartoffeln und Kartoffelerzeugnisse	9.498	11.975	11.089	12.452	13.384	7,5
Kakao und Kakaoerzeugnisse	2.477	2.499	3.143	3.491	3.934	12,7
Backwaren und andere Zubereitungen aus Getreide	1.623	1.716	2.239	2.194	2.830	29,0
Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs, a.n.g.	1.454	2.019	1.999	1.539	2.560	66,3
Kleie, Abfallerzeugnisse zur Fütterung und sonst. Futtermittel	825	764	1.277	1.149	2.166	88,5
Saat- und Pflanzgut	1.289	1.449	1.558	1.546	1.852	19,8
Zuckerrüben, Zucker und Zuckererzeugnisse	930	825	460	468	1.311	180,1
Gemüsezubereitungen und -konserven	182	484	271	356	1.078	202,8
Getreideerzeugnisse	285	355	272	1.737	579	-66,7
Malz	219	218	168	185	199	7,6
Ölfrüchte	145	201	177	152	162	6,6
Gewürze	141	69	115	86	125	45,3
pflanzliche Öle und Fette	64	73	71	123	78	- 36,6
Mais	85	100	72	39	69	76,9
Obstzubereitungen und -konserven	90	56	58	52	68	30,8
Schalen- und Trockenfrüchte	23	67	43	84	37	- 56,0
Reis und Reiserzeugnisse	20	22		13	9	- 30,8
Obst- und Gemüsesäfte	13	0	22		9	
Roggen	48	1	0		5	
Sorghum, Hirse und sonstiges Getreide	5	5	4	19	4	- 79,0
Gemüse und sonstige Küchengewächse, frisch	20	1		10	2	- 80,0
lebende Pflanzen und Erzeugnisse der Ziergärtnerei	38	0			2	
Hafer			2	1	1	0,0
Hülsenfrüchte					1	
Ölkuchen	3	2	1	0	0	

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, t	2014, t	2015, t	2016, t	2017, t	VR in %
Frischobst, ausgenommen Südfrüchte				0	0	
Weizen	10	17	21	18		
Gerste	98	6	15	2		
Grün- und Raufutter				7		
Südfrüchte		0				
Genussmittel	3.540	4.396	7.775	15.636	21.869	39,9
Bier	3.232	4.016	7.083	15.016	20.937	39,4
Branntwein	40	66	319	199	394	98,0
Hopfen	107	151	201	228	324	42,1
Kaffee	124	74	67	85	98	15,3
Tee und Mate	16	55	56	70	71	1,4
Wein	19	34	44	32	39	21,9
Rohtabak und Tabakerzeugnisse	2	1	5	5	7	40,0
Insgesamt	23.560	28.184	37.842	65.655	74.415	13,3

Besonders positiv entwickelt haben sich 2017, wenngleich auf geringem Niveau, die deutschen Ausfuhren alkoholischer Getränke in das Land. Dies verdeutlichen die nachfolgenden Tabellen.

Tabelle 6: Deutsche Exporte Bier nach Chile, Wert[15]

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, tEuro	2014, tEuro	2015, tEuro	2016, tEuro	2017, tEuro	VR in %
Bier in Flaschen <10 l, l	674	878	984	937	1.587	1.809
Bier in anderen Behältnissen <10 l, l	857	1.303	1.826	3.326	6.814	9.943
2203 00 10 Bier in Behältnissen >10 l, l	3	1	4	33	45	69
Insgesamt	1.534	2.182	2.814	4.296	8.446	11.821

Tabelle 7: Deutsche Exporte Branntwein nach Chile, Wert[16]

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, tEuro	2014, tEuro	2015, tEuro	2016, tEuro	2017, tEuro	VR in %
Branntwein, Whisky, Rum, Wodka etc. [lAlk. 100%]	182	417	683	994	1.150	1.570
Ethylalkohol, unvergällt [l]	115	150	150	151	180	148
Insgesamt	297	567	833	1.145	1.330	1.718

Tabelle 8: Deutsche Exporte Wein nach Chile, Wert[17]

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, tEuro	2014, tEuro	2015, tEuro	2016, tEuro	2017, tEuro	VR in %
andere gegorene Weine [l]	21	34	53	149	165	224
Wein [l]	55	39	50	358	20	150
Wermutwein und aromatisierte Weine [l]			2	4	2	64
Insgesamt	76	73	105	511	187	438

[15] Quelle: Statistisches Bundesamt/AMI, 2018
[16] Quelle: Statistisches Bundesamt/AMI, 2018
[17] Quelle: Statistisches Bundesamt/AMI, 2018

Die Abbildung 2 zeigt den Export alkoholischer Getränke aus Deutschland im Jahr 2017 im Vergleich zu 2016. Der Bierexport liegt dabei ganz weit vorn und zeigt eine Steigerung von 40 %.

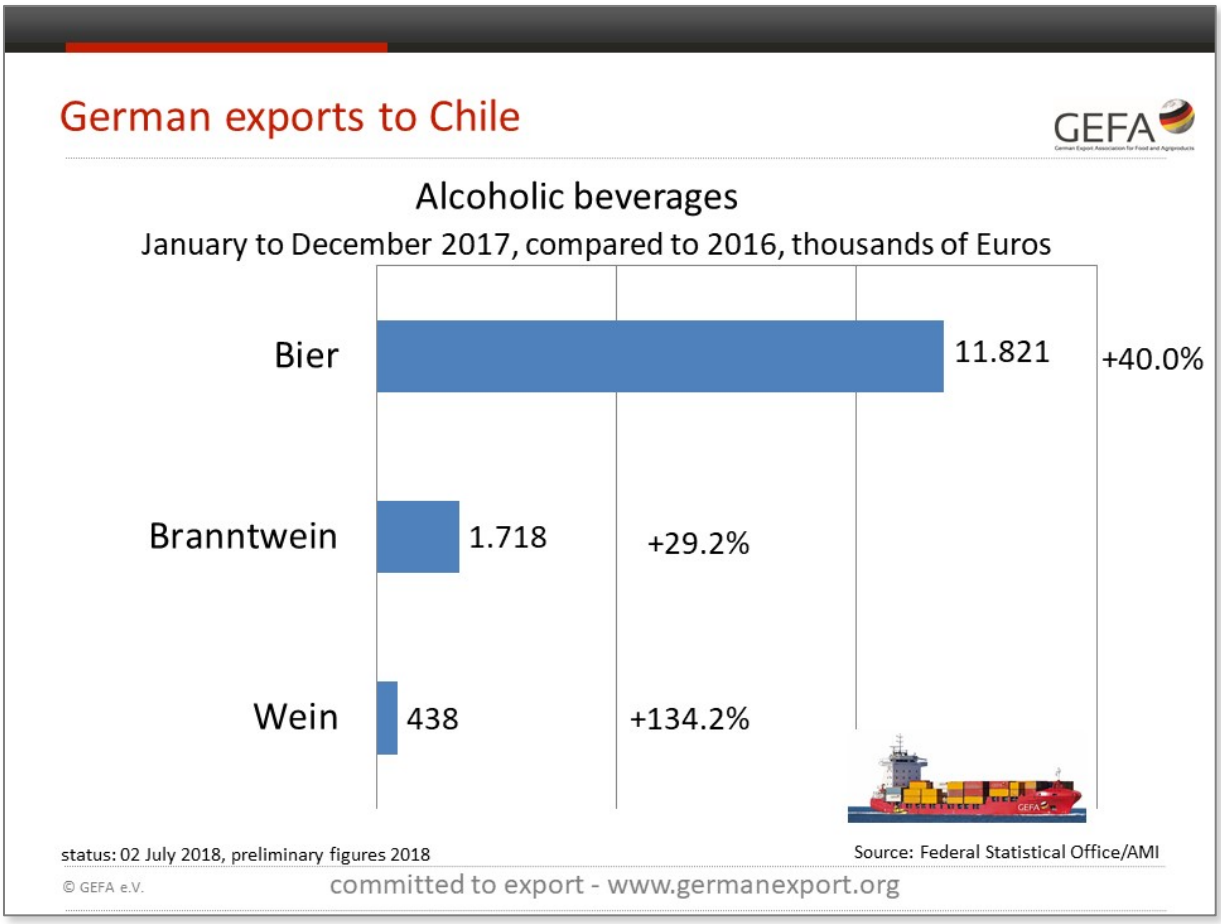


Abb. 2: Deutsche Ausfuhren alkoholischer Getränke nach Chile

5. Produktspezifische Informationen zu alkoholischen Getränken in Chile

In den letzten fünf Jahren Jahren 2013 bis 2018 hat sich das Konsumentenverhalten in Chile in Bezug auf Alkohol jedoch verändert. Nach dem deutlichen Anstieg werden weniger Getränke mit hoch-prozentigem Alkohol konsumiert, der Trend geht hin zu leichteren Mischgetränken, Bier und auch Sekt werden immer beliebter. Grundsätzlich ist der Konsum von Alkohol in der Öffentlichkeit außerhalb von Bars und Restaurants nicht erlaubt. Der Konsum in Bars und Restaurants ist zurückgegangen, der Verkauf von Spirituosen in Supermärkten und Fachgeschäften jedoch gestiegen.

Es zeigt sich ein deutlicher Trend, dass alkoholische Getränke immer mehr zu Hause konsumiert werden. Ein Grund für diesen Konsumwandel liegt unter anderem an Gesetzesänderungen. Nach einem tragischen Unfall, verursacht durch einen stark alkoholisierten Fahrer, wurden im September 2014 die Gesetze „Ley Emilia“ und „Ley Tolerancia Cero“ verabschiedet. Auf Unfälle, die unter starkem Alkoholeinfluss (ab 0,8 Promille) geschehen und schwere Verletzungen oder sogar den Tod von Beteiligten nach sich ziehen, drohen dem Fahrer seitdem eine Mindesthaftstrafe von einem Jahr und der lebenslange Entzug der Fahrerlaubnis. Im Falle eines Unfalls ohne schwerwiegende Folgen tritt nicht das Ley Emilia, sondern das Gesetz Tolerancia Cero in Kraft, das seit in abgewandelter Form seit 2012 besteht. Je nach Schwere des Unfalls und des Alkoholgehalts im Blut, hat dies einen 3-monatigen bis 5-jährigen Entzug der Fahrerlaubnis zur Folge. Zwischen 0,32- und 0,79% Alkoholgehalt im Blut gilt als „Alkoholeinfluss“, ab 0,8% gilt als „Trunkenheit“.[18]

5.1 Bier

Lange waren in Chile lediglich Wein, Pisco und Chicha, ein im gesamten Andenraum beliebtes, meist aus Mais oder Obst gewonnenes Gärgetränk, bekannt, bis mit den ersten deutschen Einwanderern Mitte des 19. Jahrhunderts auch die Bierbrauerkunst in Chile Einzug hielt. Bis heute sind vor allem die Hafenstadt Valdivia und die Seenregion im Süden des Landes für ihre Brauereien bekannt.[19]

Der Biersektor ist in Chile in drei Segmente unterteilt: Einheimisches oder auch „traditionelles“ Bier, Craftbier, in Chile „cerveza artesanal“ genannt, und Premiumbier, wozu auch Stouts und Pale Ales gezählt werden.[20] Letztere Produktgruppen gehen oft ineinander über.

[18] Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito: Ley Tolerancia Cero. [online]:: https://www.conaset.cl/ley-tolerancia-cero/ (geöffnet am 25.04.2019).
[19] Dhalleine, Timothy für Cascada Expediciones, 28.10.2015: Craft Beer in Chile. [online]: https://www.cascada.travel/en/News/Craft-Beer-Chile-Viva- la-Revolucion, [geöffnet am 03.09.2018]. Und This is Chile, 14.12.2011: Five of Chile´s Best Craft Beer Breweries. [online]: https://www.thisischile.cl/five-of-chiles-best-craft-brewers/?lang=en, (geöffnet am 03.09.2018].
[20] Flanders Invest&Trade, März 2014: The beer market in Chile.[online]:https://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/market_studies/301140326142723/301140326142723_2.pdf, [geöffnet am 02.08.2018].

5.1.1 Verbrauchernachfrage

Zwischen den Jahren 2000 und 2017 ist der Bierkonsum in Chile um mehr als 15 Liter pro Kopf gestiegen und liegt aktuell bei 47 Litern pro Jahr pro Person.[21] Rund 40 % der Bevölkerung gibt an, regelmäßig Bier zu konsumieren.[22]

Insgesamt konnte die Bierindustrie in Chile auch in 2017 ein starkes Wachstum verbuchen. Mit Mischbieren bzw. Bieren mit Geschmack und nicht-alkoholischen Bieren wiesen zwei weniger traditionelle Kategorien den größten Anstieg und die höchste Dynamik auf. Zu erklären ist dieses rasante Wachstum zum einen mit der größeren Auswahl an importierten Marken und vielen neuen Geschmacksrichtungen bei den Bier-Mischgetränken. Ein anderer Grund für den Anstieg des Konsums nicht-alkoholischen Bieres sind die deutlich höheren Strafen bei Fahren unter Alkoholeinfluss. Der Anteil an Bier im chilenischen Alkoholmarkt liegt derzeit bei 73 %.[23] Das entspricht ca. 845 Mio. Litern Bier pro Jahr.[24]

Lange galt Bier als ideales Getränk bei heißen Temperaturen oder als Begleitung zum im Chile sehr beliebten Grillen. In den Jahren zwischen 2011 und 2013 fand ein Wandel in der Ausrichtung der Werbung statt, die bis dahin vor allem an männliche Verbraucher gerichtet wurde. Dies hat sich mittlerweile geändert. Hinzukommt eine stetig wachsende Mittelschicht mit steigenden Löhnen. Die Käuferschaft in Chile ist neugierig und experimentierfreudig und lässt sich immer mehr auf innovative und neue Produkte ein. Sowohl der Geschmack als auch die Einstellung zum Verbrauch hat sich dahingehend verändert, dass auch immer häufiger Bier zu verschiedensten Gerichten und Angelegenheiten getrunken wird und die Außentemperatur bei der Verbraucherentscheidung keine ausschlaggebende Rolle mehr spielt.[25]

Des Weiteren hat sich seit Anfang der 2010er Jahre alkoholfreies Bier auf dem chilenischen Markt neu etabliert und erfreut sich großer Nachfrage. Seit Einführung der neuen Gesetze (Ley Emilia und Ley Tolerancia Cero, s.o.) erlebte der Konsum von alkoholfreiem Bier einen Anstieg von 70 %[26]; in 2017 betrug der Verbrauch 6,2 Mio. Liter.[27]

---

[21] Acechi (1): El consumo de cerveza sube como la espuma. [online] http://www.acechi.cl/home/el-consumo-de-cerveza-sube-como-la-espuma/; [geöffnet am 02.08.2018]. Und Yañez, Cecilia für La Tercera, 18.07.2018: Consumo de cerveza sin alcohol crece 127% en cinco años y es el que más aumenta junto con la lager importada.[online]: https://www.latercera.com/pulso/noticia/consumo-cerveza-sin-alcohol-crece-127-cinco-anos-mas-aumenta-junto-la-lager-importada/246811/, [geöffnet am 02.08.2018].

[22] Flanders Invest&Trade, März 2014, a. a. O.

[23] Flanders Invest&Trade, März 2014, a. a. O.; Acechi (2): Cerveza y sociedad importaciones de cerveza en primer semestre 2017 superan los 118 millones de litros. [online]: http://www.acechi.cl/home/cerveza-y-sociedad-importaciones-de-cerveza-en-primer-semestre-2017-superan-los-118-millones-de_litros/, [geöffnet am 02.08.2018].

[24] Hier ist anzumerken, dass die Quellenlage in Chile oftmals nicht ganz verlässlich ist und durch die Verwendung unterschiedlicher Quellen, Differenzen bei den Mengenangaben entstehen können.

[25] Yañez, C., 2018, a. a. O. und Marchetti Michels, Patricia für Emol, 26.10.2017: Más de 220 variedades de cerveza y marcas nunca antes vista en Chile. [online]: http://www.emol.com/noticias/Economia/2017/10/26/880749/Mas-de-220-variedades-de-cerveza-y-marcas-nunca-antes-vistas-en-Chile-Las-novedades-de-Oktoberfest-2017.html, [geöffnet am 02.08.2018].

[26] Flanders Invest&Trade, März 2014, a. a. O.

[27] Yañez, C., 2018, a. a. O.

Der Sektor des Craftbiers weist jährliche Wachstumsraten zwischen 15 und 20 % auf.[28] Innerhalb eines Jahres stieg der Konsum von Craftbier um mehr als 5 % an. Im Jahr 2017 gaben 18,9 % der Chilenen an, regelmäßig Craftbier zu konsumieren. Die Verbrauchergruppe in der Altersklasse ab 55 Jahren hat mit 22,5 % den größten Anteil; gefolgt von der jüngsten Altersgruppe von 18 – 24 Jahren mit 22,1 %. In den dazwischenliegenden Altersgruppen sind die sogenannten „traditionellen" Biere, d. h. herkömmliche Biersorten, die nicht dem Craftbierbereich zugeordnet werden, am beliebtesten.[29] Größter Beliebtheit unter der jüngsten Konsumentengruppe (18 – 24 Jahre) erfreuen sich internationale Biermarken mit über 24,2 %, gefolgt von den 25 – 39-Jährigen, von denen 21,8 % am Liebsten internationales Bier trinken. Ein Anstieg im Konsum internationaler Biermarken ist deutlich zu erkennen.[30]

Sogenannte Bierfeste im ganzen Land ziehen immer mehr Besucher an. Hier geht es vor allem um die Verkostung (neuer) Biersorten und dem Kennenlernen von Marken, Brauereien und Geschmacksrichtungen.[31]

5.1.2 Lokale Marktbedingungen und Eigenproduktion

Die wachsende Bedeutung von Craftbier spiegelt sich auch in der Anzahl der Mikrobrauereien wider. So wuchs die Zahl der Brauereien von 160 im Jahr 2011 auf mehr als 300 im Jahr 2017. Zusammen produzierten diese rund 68.000 Hektoliter im Jahr 2017.[32]

Die 1991 in Valdivia im Süden Chiles gegründete Cervecería Kunstmann S.A. hat sich zum führenden Craftbier-Produzenten des Landes entwickelt und ist aus Supermärkten, Bars und Restaurants nicht mehr wegzudenken. Der Gründer Armin Kunstmann hat deutsche Vorfahren und die deutsche Herkunft wird immer hervorgehoben. Ebenso wird das deutsche Reinheitsgebot strikt eingehalten. Mittlerweile hat die Firma Kunstmann 14 Biersorten im Angebot und produzierte im Jahr 2017 rund 130.000 Hektoliter Bier.[33]

Ebenfalls fest etabliert im chilenischen Craftbiermarkt ist seit 2003 die Cervecería Kross. Mit Bars in Santiago (KrossBar) ist die Marke sehr beliebt und bietet von Pils bis Maibock über Stout elf verschiedene Sorten an. Entscheidend für das Wachstum des Unternehmens war die Eröffnung der Bars, geplant sind weitere innerhalb Santiagos und in anderen Städten. Der Verkauf von Flaschenbier stieg im Jahr 2017 um 25 % und die Brauerei erwartet steigendes

[28] Acechi (1), a. a. O.
[29] El Mercurio, Studie durch BAVLAB Prolam Y&R, 03.03.2018: Consumo de cervezas artesanales se dispara en 2017 y supera al de las catalogas como tradicionales. [online]: http://impresa.elmercurio.com/Pages/NewsDetail.aspx?dt=03-03-2018%200:00:00&NewsID=553829&dtB=03-03-2018%200:00:00&BodyID=2&PaginaId=4, [geöffnet am 03.08.2018].
[30] El Mercurio, 03.03.2018, a. a. O.
[31] Dettmann, Arne für Cóndor - Deutsch-Chilenische Wochenzeitung, 15.01.2016 (1): Bierfest zum Durstlöschen.[online]: http://www.condor.cl/restauranttipps/bierfeste-zum-durstlschen/, [geöffnet am 03.08.2018].
[32] Euromonitor (1), Juli 2017: Beer in Chile.[online]: http://www.euromonitor.com/beer-in-chile/report, [geöffnet am 03.08.2018].
[33] Dettmann, Arne für Cóndor, 12.08.2017 (2): Ein schwäbischer Braumeister im chilenischen Valdivia [online]: http://www.condor.cl/gemeinschaft/ein-schwaebischer-braumeister-im-chilenischen-valdivia, [geöffnet am 03.08.2018.]

Wachstum auch in den Regionen außerhalb Santiagos. Heute produziert die Cervecería Kross mehr als 30.000 Hektoliter jährlich. Seit 2017 gehören 77 % der Brauerei der Viña Concha y Toro S.A., Chiles größtem Weingut und einem der wichtigsten Weingüter weltweit.[34]

5.1.3 Orientierungspreise und Marktführer

Mit fast 75 % Marktanteil ist die 1850 gegründete Compañia de Cervecerías Unidas S.A. (CCU) mit Abstand die größte Brauereigruppe des Landes. Ihre bekanntesten Marken sind Cristal, Escudo, Royal Guard, Dorada, Morenita, ebenso wie Austral und Kunstmann, wo sie jeweils einen Anteil von 50 % besitzt. Im Sortiment der 12 Eigenmarken und diverser Lizenzen sind alle Preissegmente vertreten und mit Cristal und Escudo die beiden größten und ältesten Biermarken Chiles. Diese und diverse andere Biermarken werden von der CCU produziert, vermarktet und vertrieben.

Ebenfalls viele internationale Marken wie Heineken und Sol gehören zum Vertriebsportfolio der CCU und werden mit Lizenz in Chile gebraut. Der Vertrieb ins Ausland fokussiert sich auf die Länder Argentinien und Uruguay. Neben Bier betreibt die CCU auch Weingüter und vertreibt zudem Pisco, Rum, Wodka und andere alkoholische und nicht-alkoholische Getränke und Snacks.

Auch die im Land bekannte Cerveza Austral, die südlichste Brauerei der Welt, 1896 in Punta Arenas in Patagonien gegründet, gehört zum Unternehmen. Die CCU konnte bezüglich des Gesamtvolumens 2017 seine Marktführerschaft halten, hat aber Marktanteile an Anheuser-Busch InBev (AB InBev) verloren. Die Marken mit dem größten Absatz von CCU sind Cristal, Escudo und Heineken. Cristal macht dabei einen Anteil von 42 % im gesamten Biermarkt Chiles aus, gefolgt von Escudo mit ca. 36 %.[35]

[34] Dettmann, A. (2), a. a. O..; und Mariani, Silvanio für Diario Concepción, 18.11.2017: Cervecería Kross crece a razón de 20 al año[…]. [online]: https://www.diarioconcepcion.cl/economia-y-negocios/2017/11/18/cerveceria-kross-crece-a-razon-de-200-al-ano-y-va-por-mas-en-la-region-del-bio-bio.html, [geöffnet am 08.08.2018]; und Roja, Ingrid für LexLatin, 24.11.2017: Concha y Toro se convierte socio mayoritario de cervecería chilena Kross.[online]:: http://lexlatin.com/noticia/concha-toro-se-convierte-socio-mayoritario-cerveceria-chilena-kross, [geöffnet am 08.08.2018].

[35] Traveria, Edu für Voyhoy, 2017: Guía de la Cerveza Chilena. Un mundo de sabores por descubrir. [online]: http://chile.voyhoy.com/blog/guia-de-la-cerveza-chilena-un-mundo-de-sabores-por-descubrir/, [geöffnet am 03.09.2018]; und Euromonitor, Juli 2017, a. a. O., und Marticorena, Jessica für La Tercera 28.09.2014: La renovada contiendo del mercado cervecero.[online]:: http://diario.latercera.com/edicionimpresa/la-renovada-contienda-del-mercado-cervecero/, [geöffnet am 08.08.2018]

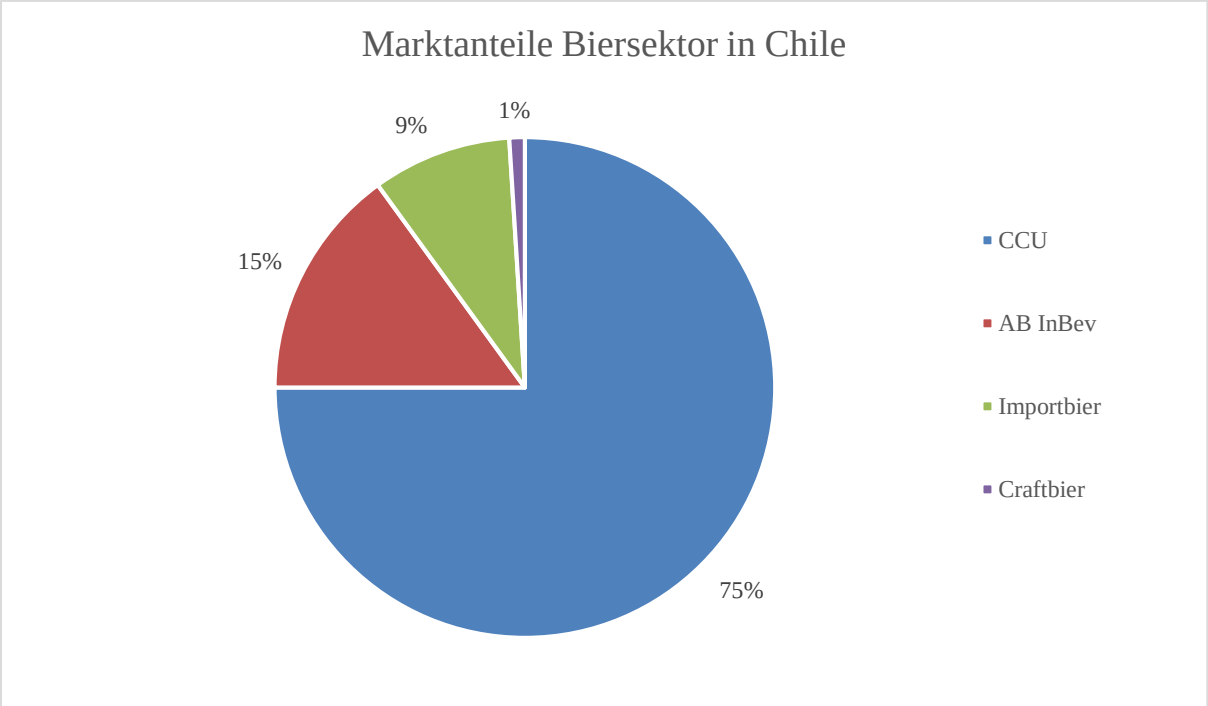


Abb. 3: Marktanteile Biersektor in Chile

Quelle: Eigene Darstellung nach verwendeten Quellen

Der größte Wettbewerber der CCU ist die Braugesellschaft AB InBev, die bis August 2018 noch als Cervecerías Chile geführt wurde, und ca. 15 % Anteil am chilenischen Biermarkt hat. Marken wie Beck´s, Corona, Brahma, Budweiser und Stella Artois werden durch AB InBev vertrieben. Die wichtigste Marke für den Absatz ist „Becker“. Corona vollzog in den zwischen 2010 und 2017 einen explosionsartigen Anstieg und machte 2017 ca. 6 % des Marktes in Chile aus.[36] Ende des Jahres 2017 erhielt AB InBev die Genehmigung, seine Produktionsstätte in Quilicura mit einem Investment von 100 Mio.US-Dollar auszubauen. Es wird erwartet, dass das Unternehmen damit seine jährliche Produktion von 1,1 Mio. auf 3,3 Mio. Hektoliter verdreifachen wird.[37] Durch die deutliche Produktionssteigerung erwarten Experten einen möglichen Preiswettbewerb, der vermutlich jedoch nur temporär sein wird. Wie in Chile im Einzelhandel generell üblich, bleiben die Preise oftmals trotz Wettbewerb stabil.[38] Die wenigen verbleibenden Prozent der Marktanteile teilen sich Brauereien wie die Cervecería Kross, Importbiere und die fast 300 Mikrobrauereien des Landes.[39]

[36] Traveria, E., 2017, a. a. O.; Marticorena, J., 2014, a. a. O.
[37] Emol, 13.12.2017: Cervecería Chile obtiene permisos ambientales para ampliar planta: Triplicará producción.[online]:: http://www.emol.com/noticias/Economia/2017/12/13/887116/Cerveceria-Chile-obtiene-permisos-ambientales-para-ampliar-planta-Triplicara-produccion.html, [geöffnet am 30.08.2018].
[38] Vega, Matías für BiobioChile, 19.12.2017: Analistas evalúan posible guerra da precios entre CCU y Cervecería Chile.[online]:: https://www.biobiochile.cl/noticias/economia/negocios-y-empresas/2017/12/19/analistas-evaluan-posible-guerra-de-precios-entre-ccu-y-cerveceria-chile.shtml, [geöffnet am 10.08.2018].
[39] Traveria, E., 2017, a. a. O

Die nachfolgende Tabelle zeigt die aktuellen Preise für Bier auf dem chilenischen Markt.

Tabelle 9: Orientierungspreise Bier in Chile

Marke	Herkunfts-land	Verpackung	Preis Jumbo	Preis Lider	Preis Tottus
Cristal Lager	Chile / CCU	Dose, 350 cc	6,13 €/ 12 Dosen	7,40 €/ 12 Dosen	6,72 €/ 12 Dosen
Escudo Lager	Chile / CCU	Dose, 350 cc	6,25 €/ 12 Dosen	6,00 €/ 12 Dosen	7,25 €/ 12 Dosen
Royal Guard Scotch Ale	Chile / CCU	Flasche, 355 cc	7,00 €/ 6 Flaschen	6,50 €/ 6 Flaschen	6,75 €/ 6 Flaschen
Heineken	Niederlande / CCU	Dose, 350 cc	12,52 €/ 10 Dosen	7,50 €/ 12 Dosen	6,85 €/ 10 Dosen
Budweiser	USA / AB InBev	Dose, 355 cc	6,13 €/ 6 Dosen	5,85 €/ 6 Dosen	6,11 €/ 6 Dosen
Corona	Mexiko / AB InBev	Flasche, 355 cc	7,76 €/ 6 Flaschen	5,75 €/ 6 Flaschen	7,22 €/ 6 Flaschen
Becker	Chile / AB InBev	Dose, 350 cc	5,35 €/ 12 Dosen	/	6,62 €/ 12 Dosen
Stella Artois	Belgien/ AB InBev	Dose, 350 cc	10,14 €/ 12 Dosen	10,02 €/ 12 Dosen	10,52 €/ 12 Dosen
Paulaner	Deutschland	Flasche, 330 cc	1,75 €/ Flasche	/	/
Oettinger	Deutschland	Flasche, 500 cc	1,62 €/ Flasche	/	/
Carlsberg	Dänemark	Flasche, 330 cc	6,75 €/ 6 Flaschen	5,25 €/ 6 Flaschen	6,53 €/ 6 Flaschen

Quelle: eigene Darstellung AHK Chile[40]

[40] Eigene Darstellung, Preisvergleich über die Onlineshops der Supermärkte. Preise Stand 13.09.2018, Umrechnungskurs am 20.09.2018: 1 € = 796 CLP. Zu beachten sind die starken Schwankungen, denen die Währung unterliegt. In den vergangenen Jahren schwankte der Umrechnungskurs zwischen 1 € = 680 CLP und 1 € = 800 CLP.

5.1.4 Vertriebswege, Einfuhr und Ausfuhr

Die üblichen Vertriebswege sind in Chile im Retailbereich die großen Supermarktketten Walmart Chile S.A., Grupo Cencosud und Hipermercados Tottus S.A. der Gruppe Falabella. Diesen wenigen Konzernen gehört der überwiegende Teil der Supermärkte in Chile.

Nicht nur im Einzelhandel weist der chilenische Markt oligopolistische Strukturen auf, auch in den Sektoren der Telekommunikationswirtschaft, Banken und Holz- und Forstwirtschaft bestimmen wenige große Unternehmen den Markt. Des Weiteren wird Bier in Restaurants, Bars, Nachtclubs, Kiosken, Alkoholfachgeschäften und durch kleine Einzelhändler vertrieben.[41] Die CCU beispielsweise liefert sowohl direkt an den Einzelhandel, Getränkefachgeschäfte und auch Restaurants als auch über Distributoren.

In der Hauptstadt Santiago ist der Bierkonsum mit Abstand am höchsten. Knapp die Hälfte des Bieres wird in Santiago konsumiert. Der Anteil liegt also noch höher als der prozentuale Anteil der Bewohner an der Gesamtbevölkerung (ca. ein Drittel), gefolgt von Valparaíso mit knapp 13 % des gesamten Verbrauchs.[42]

Der Export von Bier nach Chile ist im letzten Jahrzehnt von 2008 bis 2018 stark gestiegen. In den ersten sechs Monaten des Jahres 2016, wurden 85 Mio. Liter Bier importiert, m Jahr 2017 dagegen mehr als 118 Mio. Liter Bier. Dies entspricht einem Anstieg von Bierimporten von 40 %. In der Zeitspanne zwischen 2009 und 2017 erfuhr der Import von Lagerbier insgesamt einen Anstieg von 20 % [43] Die Zahlen machen deutlich, dass die Relevanz importierten Lagers zunimmt. Zwischen 2009 und 2017 stieg der Anteil im Vergleich zu heimischem Lager um 25 %. Im Bereich des Lagerbieres macht Importlager aktuell fast 30 % aus.[44]

Allen voran liegen bei den Importen die USA mit 628.433 Hektolitern, gefolgt von Mexiko mit 242.082 Hektolitern und Deutschland mit knapp 149.196 Hektolitern im ersten Halbjahr 2017. Aus Peru und Argentinien wurden in diesem Zeitraum jeweils rund 40.000 Hektoliter Bier importiert. Lange belegte Argentinien den dritten Platz der Importländer, wurde aber 2017 mit einem Anstieg von fast 13 % an Importen aus Deutschland abgelöst.[45] Gefolgt wird Deutschland von Importen aus Spanien und Belgien. Auch für internationale Firmen wird Chile ein immer wichtigerer Markt. Für die spanische Brauereigruppe Mahou-San Miguel ist es bereits einer der wichtigsten Exportmärkte.[46]

[41] Flanders Invest&Trade, März 2014, a. a. O.
[42] Flanders Invest&Trade, März 2014, a. a. O., S.19.
[43] Euromonitor (1), Juli 2017, a. a. O.
[44] Yañez, C., 2017, a. a. O.
[45] Acechi (2): Cerveza y sociedad importaciones de cerveza en primer semestre 2017 superan los 118 millones de litros. [online]:: http://www.acechi.cl/home/cerveza-y-sociedad-importaciones-de-cerveza-en-primer-semestre-2017-superan-los-118-millones-de-litros/, [geöffnet am 02.08.2018], Und Emol (2), 06.09.2017: Importaciones de cerveza aumentan con fuerza en Chile y superan los 118 millones de litros. [online]:: http://www.emol.com/noticias/Economia/2017/09/06/874147/Importaciones-de-cerveza-aumentan-con-fuerza-en-Chile.html, [geöffnet am 30.08.2018]
[46] Euromonitor (1), Juli 2017, a. a. O.

Der Importwert von Bier entspricht damit fast 104 Mio. US-Dollar. Die Exportsumme entspricht für die USA einem Exportwert von mehr als 52 Mio. US-Dollar, für Mexiko rund 24 Mio. US-Dollar und schließlich Deutschland mit 9 Mio. US-Dollar.[47]

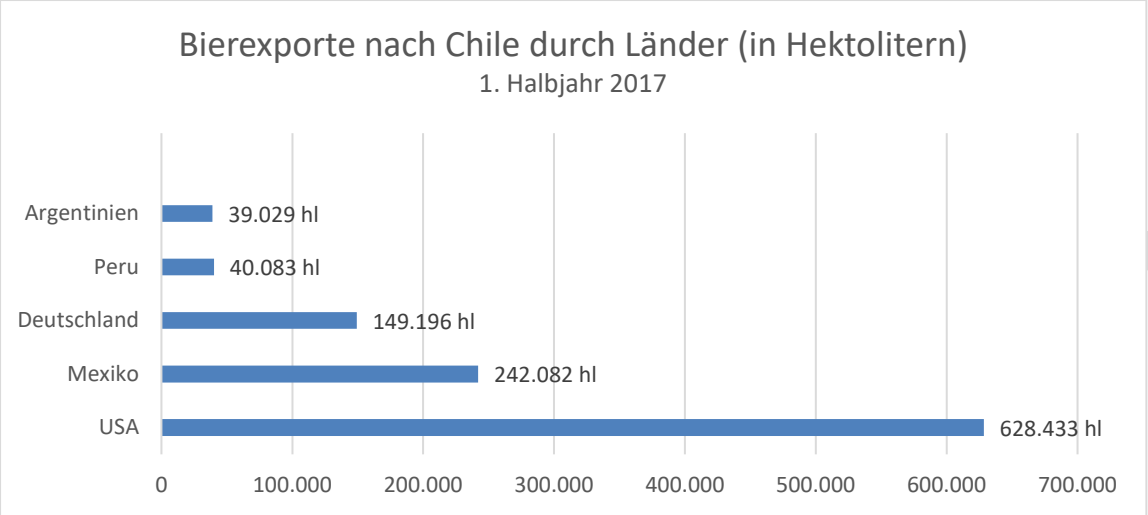


Abb. 4: Bierexporte nach Chile

Quelle: eigene Darstellung, nach Acechi (3), a. a. O.

Ximena Bravo, Geschäftsführerin der Asociación de Productores de Cerveza de Chile S.A. (Acechi), hebt den erfolgreichen Markteintritt Deutschlands und die Platzierung unter den drei wichtigsten Importländern hervor. Der Anstieg des Absatzes deutschen Bieres sei ein Beispiel für die Öffnung des chilenischen Marktes sowie eine Bestätigung für die Änderung im Konsumentenverhalten. Neuheiten und breitere Angebote spielten eine immer größere Rolle und die Verbraucher seien deutlich anspruchsvoller geworden.[48]

Im Jahr 2015 betrug die Exportsumme chilenischer Biere 2,7 Mio. US-Dollar. Hauptabsatzmärkte sind Argentinien, Paraguay und Peru.[49] Es gibt darüber hinaus bereits einige lokale Brauereien, die Craftbier nach Argentinien, China und Europa exportieren.[50] Die Cervecería Kross exportiert bisher lediglich in sehr kleinen Mengen nach Deutschland und Australien. Mit dem Ende 2017 erfolgten Verkauf des Großteils der Anteile an Viña Concha y Toro S.A. erhofft sich die Cervecería Kross einen deutlichen Anstieg ihrer Exporte. Geplant ist vor allem der Einstieg in den brasilianischen und kanadischen Markt.[51]

[47] Acechi (3): Comunicado: Importaciones de cerveza en primer semestre 2017 superan los 118 millones de litros.[online]: http://www.acechi.cl/uploads/2017/11/Acechi_Comunicado-Importaciones-1er-semestre-20171.pdf, [geöffnet am 30.08.2018].
[48] Acechi (2). a. a. O. und Gespräch mit Ximena Bravo am 29.08.2018.
[49] Roja, I., 2017, a. a. O.
[50] Iturriaga, Catalina für Economía y Negocios, 31.07.2017: Consumo de cerveza artesanal crece 15% en Chile.[online]:: http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=383960 [geöffnet am 28.08.2018].
[51] De Solminihac, Valentina für La Tercera, 06.01.2018: Cervecería Kross prepara plan de expansión con nuevos bares.[online]:: http://www2.latercera.com/noticia/cervecerias-kross-prepara-plan-expansion-nuevos-bares/, [geöffnet am 28.08.2018].

5.1.5 Chancen für deutsche Exporteure

Jährlich trinkt jeder Chilene etwa 47 Liter Bier, eine Menge, die in den letzten Jahren explosionsartig angestiegen ist. Noch 2010 lag der Verbrauch bei rund 20 Litern pro Kopf. Vor allem im Bereich des Craftbiers ist mit 15 % höherem Konsum als im Vorjahr ein deutlicher Anstieg zu verzeichnen. Bisher weist Craftbier insgesamt jedoch lediglich einen Marktanteil von 1 % in Chile auf.[52] Die Acechi nimmt an, dass Konsum, Produktion und Export von Craftbier in den nächsten Jahren immer mehr an Bedeutung gewinnen werden.

Wie Trends und Verbrauchszahlen zeigen, sind gerade bei jungen Konsumenten internationale Biere im Trend. Doch auch dank des Anstiegs des Bierkonsums im Ganzen lassen sich für deutsche Exporteure gute Chancen erkennen. Obwohl Chile als Weinland gilt, ist Bier das mit Abstand am meisten konsumierte alkoholische Getränk.

Nicht nur aufgrund der Gesetzesänderungen, sondern auch durch Faktoren wie Veränderung des Kaufverhaltens und dem steigenden Interesse an neuen Getränken, bietet der Markt Potenzial für neue Biersorten, Mischgetränke und alkoholfreies Bier. Bisher ist vor allem letzteres Segment fast ausschließlich durch lokale Marken abgedeckt. Traditionellerweise haben Produkte aus Deutschland einen sehr guten Ruf, was einen Markteinstieg erleichtert.

Gegebenenfalls ist für Importeure zudem interessant, dass es in Chile kaum Geschenkpakete gibt, also bspw. Biere mit passenden Gläsern oder anderen Marketingartikeln. Hier könnte eine interessante Nische bedient werden.

[52] América Retail, 01.08.2017: Estudios: Crece consumo de cerveza artesanal en Chile.[online]:: http://www.america-retail.com/estudios-consumidores/estudios-crece-consumo-de-cerveza-a.0rtesanal-en-chile/, [geöffnet am 28.08.2018].

5.1.6 SWOT-Analyse Bier

Tabelle 10: SWOT-Analyse Bier

Strengths (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
- steigender Bierkonsum insgesamt - steigender Absatzmarkt von internationalen Marken	- hohe Zölle beim Import alkoholischer Getränke - kleiner Binnenmarkt - Markt in Händen weniger Großkonzerne
Opportunities (Chancen)	**Threats (Risiken)**
- Interesse an neuen Produkten - Änderung im Konsumentenverhalten: beliebt bei beiden Geschlechtern aller Altersklassen	- geringe Diversität der Vertriebswege, dadurch Abhängigkeit von oligopolistischen Strukturen

Quelle: Eigene Darstellung

5.2 Spirituosen

5.2.1 Verbrauchernachfrage

Juan Solís de Ovando, Vorsitzender der Asociación Gremial de Fabricantes y Distributores de Licores y Bebidas Espirituosas de Chile (Aflechi) bestätigt, dass der Verbrauch an Spirituosen zwischen 2011 und 2016 um 13 % gefallen ist. Machte 2010 das Gesamtvolumen verkaufter Spirituosen noch 68,3 Mio. Liter aus, so lag das Gesamtvolumen 2016 bei 59,1 Mio. Litern.[53]

Insgesamt lässt sich aktuell aber nach vielen Jahren des Rückganges des Konsums, langsam wieder ein Anstieg erkennen.[54] Pro Kopf werden in Chile jährlich 3,3 Liter Spirituosen konsumiert, das sind insgesamt rund 59 Mio. Liter. Das „Nationalgetränk“ Pisco macht davon zwei Liter pro Kopf pro Jahr aus.[55] Insgesamt trinken die Chilenen derzeit also weniger Hochprozentiges, allerdings immer häufiger Produkte höherer Qualität als noch vor einigen Jahren. Produkte aus dem Premiumbereich erfreuen sich entsprechend eines höheren Absatzes.[56]

[53] América Retail, 01.08.2017, a. a. O.; und Paleo, Daniel für Diario el Día, 23.02.2017: Ventas de pisco registran alza en el último año.[online]:: http://www.diarioeldia.cl/economia/pisco/ventas-pisco-registran-alza-en-ultimo-ano-pero-consumo-ha-disminuido-4-en-seis-anos, {geöffnet am 29.08.2018].
[54] Euromonitor, Juli 2018 (2): Alcoholic Drinks in Chile.[online]:: https://www.euromonitor.com/alcoholic-drinks-in-chile/report, [geöffnet am 29.08.2018].
[55] Emol, 01.03.2018: Chile cuadruplica a Perú en consumo de pisco: Dos litros per cápita versus medio litro al año.[online]:: http://www.emol.com/noticias/Economia/2018/03/01/896956/Chile-cuadruplica-a-Peru-en-consumo-de-pisco-Dos-litros-per-capita-versus-medio-litro-al-ano.html, [geöffnet am 29.08.2018].
[56] América Retail, 01.08.2017, a. a. O.. und Paleo, D., 2017, a. a. O.

Im Jahr 2017 hat sich der Umsatz, gemessen in Verkaufszahlen, um rund 25 % im Vergleich zum Vorjahr gesteigert, da immer öfter zu Premiumprodukten gegriffen wird.[57] Am liebsten wird Pisco als „Pisco Sour“, ein oft als Aperitif gereichtes Getränk mit Pisco, Limettensaft, Zuckersirup und Eis, und als „Piscola“, Pisco gemischt mit Cola, getrunken. Letzteres ist vor allem unter jüngeren Leuten und im Nachtleben sehr beliebt.[58]

Whiskey, Gin und Bitter haben einen regelrechten Boom erlebt und ersetzen immer häufiger Rum und Wodka. Größere Marktanteile konnten sich Spirituosen sichern, die dem Segment der Bitter zugeordnet werden, vor allem Aperol und Jägermeister. Insgesamt legte dieser Sektor 2016 um knapp 10 % im Vergleich zum Vorjahr 2015 zu. Zwischen 2011 und 2016 konnte vor allem Aperol Marktanteile gewinnen. In Chile hat die Marke große Werbe-kampagnen gefahren, die anschließend zum Erfolg führten.[59]

Am stärksten vom Rückgang des Konsums von Spirituosen ist mit einem Einbruch von 56 % Rum betroffen. Zwischen 2010 und 2018 fiel der Rumkonsum von 1,4 Litern auf 0,6 Liter pro Person pro Jahr. Anders ist es um Whiskey – insbesondere Bourbon und andere US-Whiskeys - bestellt. Noch 2013 wurden rund 71.000 Hektoliter Whiskey konsumiert, während 2017 schon 101.000 Hektoliter in Chile getrunken wurden. Das bedeutet einen Anstieg von 13,3 % im Gesamtvolumen und 18,1 % im Gesamtwert.[60] Zum ersten Mal übersteigt damit der Whiskeykonsum den des Rums, nur geschlagen vom Lieblingsgetränk der Chilenen: dem Pisco, der sich mit rund zwei Litern pro Kopf pro Jahr stabil zeigt. Der Rückgang im Spirituosenkonsum insgesamt ist auf die gestiegene Nachfrage nach Bier und Wein zurückzuführen (siehe hierzu auch Kapitel 5.1. Bier und 5.3. Wein).

In Verwendung als Longdrink oder Cocktail werden viele Spirituosen in den letzten Jahren beliebter. Hier zählen neben Pisco auch Gin, Cachaça, Wodka und Whiskey zu den beliebten Mischgetränken mit Säften, Früchten, Kräutern usw. Insgesamt legte Gin etwas zu, bleibt aber lediglich mit einem kleinen Prozentsatz im Markt.[61]

[57] Gracia, Valentina für Economía y Negocio, 20.11.2017: Ventas de pisco súper Premium crecen un 25% en 2017.[online]:: http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=418600, [geöffnet am 30.08.2018].
[58] Peralta Sáinz, Álvaro für La Tercera, 05.05.2018: La Piscola: Nuestra Verdadera Bebida Nacional.[online]: : https://www.latercera.com/tendencias/noticia/nuestra-verdadera-bebida-nacional/153553/, [geöffnet am 29.08.2018].
[59] Gracia, V., 20.11.2017, a. a. O.
[60] Pérez-Cueto V., Constanza für La Tercera, 29.12.2017: Consumo de whiskey en Chile desplaza al ron.[online]: : http://www2.latercera.com/noticia/consumo-whisky-chile-desplaza-al-ron/, Zugriff am 30.08.2018; und Emol, 22.02.2017: Consumo de destilados cae 13 % en seis años. Verfügbar unter: http://www.emol.com/noticias/Economia/2017/02/22/846135/Consumo-de-destilados-cae-13-en-seis-anos-Pisco-y-ron-son-los-productos-mas-afectados.html, [geöffnet am 30.08.2018].
[61] Euromonitor International, Juli 2018 (3): Spirits in Chile, Juli 2018, [online] https://www.euromonitor.com/spirits-in-chile/report, [geöffnet am 30.08.2018]. Und Peralta Sáinz, Á., 2018, a. a. O.

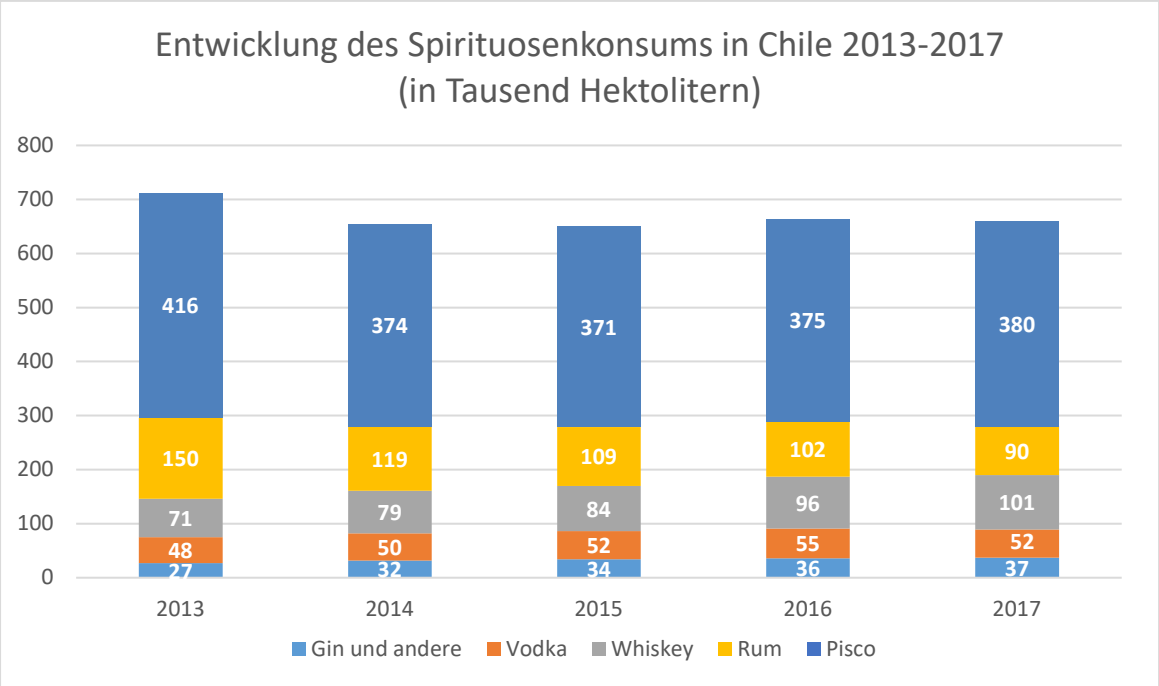


Abb. 5: Entwicklung des Spirituosenkonsums in Chile 2013 – 2017

Quelle: Eigene Darstellung[62]

5.2.2 Lokale Marktbedingungen und Eigenproduktion

Der Konsum von Pisco ist seit 2010 zwar ebenfalls etwas zurückgegangen, die Verkaufszahlen insgesamt sind aber gestiegen. Es wird, wie bereits beschrieben, tendenziell mehr Geld für höherpreisige Produkte ausgegeben. Insgesamt über 2.800 Produzenten stellen das Destillat in Chile her, der Großteil von ihnen baut auf weniger als fünf Hektar Land an. Dagegen produzieren dreizehn Hersteller auf Flächen von über 50 Hektar.

Im Jahr 2017 wurde ca. 10 % weniger Pisco produziert als im Jahresdurchschnitt der vergangenen zehn Jahre. Dennoch ist Chile das Land mit der weltweit größten Piscoproduktion und produziert jährlich 36 Mio. Liter, was 82 % des Weltmarktes ausmacht. Die verbleibenden 18 % werden in Peru hergestellt.[63]

Chile produziert kaum weitere Spirituosen. In den letzten Jahren entstanden jedoch ein paar kleinere Brennereien. Erst 2012 wurde der erste chilenische Whiskey gebrannt und zwar in der Brennerei Destilería Talcamávida, südlich von Concepción, die bis heute einige wenige hundert Flaschen produziert, die für rund 32,00 € pro Flasche verkauft werden. Im Jahr 2016 brachte das Unternehmen zudem einen ersten Gin auf den Markt.[64]

[62] Eigene Darstellung nach Pérez-Cueto V., C., 2017, a. a. O.
[63] Emol, 01.03.2018, a. a. O.
[64] Grupo Agro, 04.12.2017: Destilería Talcamávida: Destilados que hacen historia desde el corazón del Bío Bío. [online]: http://revistagrupoagro.cl/destileria-talcamavida/, [geöffnet am 04.09.2018.

Ebenfalls aus dem Süden des Landes stammt der erste Wodka Chiles, der als „Sirena de Chiloé“ 2016 auf den Markt kam. Auf der im Süden Chiles gelegenen Insel Chiloé wird das Destillat gebrannt und für ca. 37,00 € verkauft.[65]

5.2.3 Orientierungspreise und Marktführer

Die führenden Piscosorten sind Alto del Carmen, Capel und Mistral. Ebenfalls sehr beliebt ist Pisco Bauzá und El Gobernador, letzterer wurde unter anderem 2013, 2015 und 2016 mit internationalen Preisen ausgezeichnet wurden.[66] Die Marke Campanaria ist führend bei bereits vorgemischten Piscogetränken wie Pisco Sour und Pisco Mango Sour (Pisco mit Mangosaft). Im Whiskeysegment führt Jack Daniel´s den Markt mit 50,6 % Marktanteil an.[67] Wichtige Marken in der Kategorie Wodka sind Absolut Vodka und Wyborowa, in der Kategorie Rum Havana Club und Bacardi Rum.

Tabelle 11: Orientierungspreise Spirituosen in Chile

Marke	Herkunfts-land	Verpackung	Preis Jumbo	Preis Lider	Preis Tottus
Pisco Alto del Carmen	Chile	Flasche, 1 l	6,63 €	6,00 €	9,60 €
Pisco Mistral	Chile	Flasche, 1 l	9,26 €	8,64 €	6,50 €
Pisco Tres Erres	Chile	Flasche, 700 cc	7,26 €	6,88 €	4,25 €
Vodka Stolichnaya	Russland	Flasche, 750 cc	10,64 €	7,00 €	6,75 €
Absolut Vodka	Schweden	Flasche, 740 cc	11,90 €	11,27 €	11,00 €
Gin Beefeater	England	Flasche, 750 cc	16,29 €	12,90 €	16,17 €
Jack Daniel´s Whiskey	USA	Flasche, 750 cc	26,82 €	25,00 €	25,57 €
Bacardí Rum	Mexiko	Flasche, 750 cc	8,13 €	8,51 €	9,40 €
Jägermeister	Deutschland	Flasche, 700 cc	15,00 €	13,78 €	18,18 €
Aperol	Italien	Flasche, 750 cc	12,52 €	9,76 €	10,00 €

Quelle: Eigene Darstellung[68]

[65] Araya, Alejandro für Paula, 18.10.2017: Clásicos hechos en Chile.[online]: http://www.paula.cl/gastronomia/clasicos-hechos-en-chile/, [geöffnet am 04.09.2018]. Umgerechnet am 20.09.2018, Kurs 1 € = 796 CLP.
[66] La Nación, 09.03.2018: Estos son los 4 mejores piscos chilenos[…].[online]: http://lanacion.cl/2018/03/09/estos-son-los-4-mejores-piscos-chilenos-que-son-tendencia-en-el-mundo/ [geöffnet am 04.09.2018].
[67] Pérez-Cueto V., C., 2017, a. a. O.
[68] Eigene Darstellung, Preisvergleich über die Onlineshops der Supermärkte. Preise Stand 13.09.2018, Umrechnungskurs am 20.09.2018: 1 € = 796 CLP. Zu beachten sind die starken Schwankungen, denen die Währung unterliegt. In den vergangenen Jahren schwankte der Umrechnungskurs zwischen 1 € = 680 CLP und 1 € = 800 CLP.

5.2.4 Vertriebswege, Einfuhr und Ausfuhr

Chile exportiert im Spirituosenbereich ausschließlich Pisco. Im Jahr 2016 betrug das Exportvolumen des Traditionsdestillats rund 410.000 Liter, mit einem Gesamtwert von rund 3 Mio. US-Dollar.[69] Das macht nur etwas mehr als 1 %[70] der gesamten chilenischen Piscoproduktion aus. Hauptabsatzmärke für chilenischen Pisco sind Argentinien, Brasilien, Europa, Kanada und die USA. Zwischen 2006 und 2016 ist das Exportvolumen um mehr als das Doppelte gestiegen.[71]

Wie insgesamt im Einzelhandel in Chile üblich, verteilt sich der Vertrieb zu einem Großteil auf Supermarktketten, hier vor allem Grupo Cencosud (Jumbo, Santa Isabel), Walmart Chile S.A. (Lider, Ekono) und Grupo Falabella mit Tottus. Knapp die Hälfte des Vertriebs findet durch die Supermärkte statt, etwas mehr als die Hälfte durch spezialisierte Einzelhändler wie Geschäfte für alkoholische Getränke und kleine unabhängige Läden und Kioske.[72]

Der Import läuft ebenfalls zum Teil direkt über die Supermärkte wie z. B. Jumbo und zum anderen Teil über große Importeure wie CCU oder AB InBev, die nicht nur Bier, sondern auch andere alkoholische und nicht-alkoholische Getränke importieren (siehe hierzu auch Kapitel 5.1.3).

5.2.5 Chancen für deutsche Exporteure

Mit dem Regierungswechsel im März 2018, der insgesamt einen Anstieg des Wirtschaftswachstums nach sich zog, wird auch ein weiterer Anstieg im Konsum alkoholischer Getränke erwartet, wie sich ja vor allem bereits beim gestiegenen Konsum der Bitter-Spirituosen zeigt.[73] Die Chilenen sind sehr offen gegenüber neuen Getränken und interessiert daran, bisher Unbekanntes kennenzulernen. Produkte „Made in Germany“ haben traditionellerweise einen guten Ruf, was deutschen Exporteuren von Spirituosen zu Gute kommen kann.

[69] Publimetro, 29.08.2016: Chile será sede del concurso mundial de bebidas espirituosas en 2017.[online]: https://www.publimetro.cl/cl/diario-pyme/2016/08/29/chile-sera-sede-concurso-mundial-bebidas-espirituosas-2017.html, [geöffnet am 05.09.2018].
[70] ODEPA, Gespräch mit Carolina Buzzetti am 03.09.2018.
[71] Publimetro, 2016, a. a. O.
[72] Euromonitor, Juli 2018, (3) a. a. O.
[73] Euromonitor, Juli 2018, (3) a. a. O.

5.2.6 SWOT-Analyse Spirituosen

Tabelle 12: SWOT-Analyse Spirituosen

Strengths (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
- Verbraucher zeigen Bereitschaft, mehr Geld für Premiumprodukte auszugeben - steigender Absatzmarkt von internationalen Marken im Lebensmitteleinzelhandel insgesamt	- Rückgang des Spirituosenkonsums - Hohe Zölle beim Import alkoholischer Getränke - kleiner Binnenmarkt - Markt in Händen weniger Großkonzerne
Opportunities (Chancen)	**Threats (Risiken)**
- Interesse an neuen Produkten - außer Pisco werden im Grunde keine weiteren Spirituosen im Land hergestellt - Markt in Produktvielfalt noch nicht ausgeschöpft - deutsche Produkte (Korn, Liköre, Obstler) kaum vorhanden	- geringe Diversität der Vertriebswege, dadurch Abhängigkeit von oligopolistischen Strukturen - Bedienung einer Nische mit starker nationaler Konkurrenz: Pisco

Quelle: Eigene Darstellung

5.3 Wein

5.3.1 Verbrauchernachfrage

Die Chilenen konsumieren rund 14 Liter Wein pro Kopf jährlich, die Weinindustrie erlebte 2016 ein Wachstum von 7 % im Vergleich zum Vorjahr.[74] Vor allem leichte Weine wie Rosé erlebten eine gesteigerte Nachfrage. Die Nachfrage nach klassischen Weiß- und Rotweinen stieg ebenfalls, aber insgesamt geringer. Grund für den rasanten Anstieg von Roséweinen sind Marketingkampagnen der Produzenten, die Rosé als einen idealen Sommerwein darstellen. Traditionell galt Wein bisher eher als Wintergetränk.

[74] Todosvinos.cl, 08.05.2017: Consumo de vino en Chile aumentó 7% en el último año. [online] http://www.todovinos.cl/wp2/2017/05/08/consumo-de-vino-en-chile-aumento-7-por-ciento-en-el-ultimo-ano/, [geöffnet am 20.09.2018].

Sekte und Schaumweine zeigen ebenfalls eine deutlich höhere Nachfrage als noch vor wenigen Jahren. Hier sind es vor allem Konsumentinnen, die zum Anstieg des Absatzes beitragen.[75] Im Vergleich zu den vergangenen Jahren ist der Konsum von Sekt, in Chile „Espumante“ genannt, um 8,4 % angestiegen. Lange war der Sektmarkt geprägt von halbtrockenen Produkten, seit einigen Jahren wird jedoch auch immer mehr herber/trockener Sekt angeboten, heute macht Brut rund 45 % der Verkäufe aus.[76]

Der Absatzmarkt für Weine aus dem Premiumsegment wächst. Die in Chile genannten „vinos súper finos“ nehmen einen immer größeren Marktanteil ein.[77]

5.3.2 Lokale Marktbedingungen und Eigenproduktion

Auf mehr als 141.000 Hektar Land wird in Chile Wein angebaut und es werden pro Jahr insgesamt fast 1,2 Mrd. Liter Wein hergestellt.[78] Chiles Weinindustrie wird als eine der dynamischsten weltweit beschrieben. Das Land ist mit rund 8 % Weltmarktanteil der achtgrößte Weinproduzent.

Von den rund eine Mrd. Litern produzierten Weines sind 72 % Rotweine, hier vor allem Cabernet Sauvignon, Merlot und Syrah, und 27 % Weißweine, von denen zwei Drittel Sauvignon Blanc und Chardonnay ausmachen.[79] Die Rebsorte Carmenère wird als chilenischer Wein und Spezialität immer stärker beworben, erreicht aber noch nicht den Erfolg des Cabernet Sauvignon.[80]

[75] Euromonitor International, Juli 2018 (4): Wine in Chile.[online]: https://www.euromonitor.com/wine-in-chile/report, [geöffnet am 10.09.2018].
[76] Vinos de Chile, 2016: Memoria Anual 2016, S.5,[online]: http://www.winesofchile.org/en/system/files/files_studies_reports/montaje%20memoria-web.pdf., Zugriff 10.09.2018.und Vitis Magazine, Nov./Dez. 2017, Rev. Nr. 75, S. 5f.[online]: http://vitismagazine.cl/revistas/rev-no-75/, [geöffnet am 12.09.2018].
[77] Vinos de Chile, 2016, a. a. O. S.5.
[78] ODEPA: Vinos.[online]: https://www.odepa.gob.cl/rubros/vinos-y-alcoholes, [geöffnet am 25.04.2018].
[79] Felzensztein, Christian, 2011: The Chilean wine industry: new international strategies for 2020, S. 3f.[online]: http://www.vdqs.net/2013Talca/documents/informations/The%20Chilean%20Wine%20Industry.pdf, [geöffnet am 10.09.2018].
[80] Austin, Michael für Chicago Tribune, 02.08.2017: What you need to know about Chilean wine.[online]: http://www.chicagotribune.com/dining/drink/wine/sc-chilean-wine-food-0804-20170802-column.html, [geöffnet am 10.09.2018].

5.3.3 Orientierungspreise und Marktführer

Der Weinmarkt wird in Chile von drei Weingütern dominiert: Allen voran steht Concha y Toro gefolgt von Santa Rita und Viña San Pedro Tarapacá, letzteres gehört zum größten chilenischen Getränkeproduzenten CCU.

Tabelle 13: Orientierungspreise Wein in Chile

Marke	Herkunftsland	Verpackung	Preis Jumbo	Preis Lider	Preis Tottus
Vino Cabernet Sauvignon Casillero Del Diablo Reserva Concha y Toro	Chile	Flasche, 750 cc	5,25 €	5,38 €	5,70 €
Cabernet Sauvignon Viña Misiones de Rengo	Chile	Flasche, 750 cc	3,33 €	3,12 €	3,32 €
Sauvignon Blanc Viña Mar	Chile	Flasche, 750 cc	5,34 €	5,20 €	5,32 €
Champagne Cava Brut Negro	Spanien	Flasche, 750 cc	12,27 €	/	12,82 €
Espumante Martini Asti	Italien	Flasche, 750 cc	10.64 €	/	9,89 €

Quelle: Eigene Darstellung[81]

Die großen chilenischen Supermarktketten bieten fast ausschließlich heimische Weine an. In spezialisierten Läden wie El Mundo del Vino (dt. die Welt des Weins) werden jedoch auch vermehrt importierte Weine angeboten. El Mundo del Vino vertreibt Weine online oder im Einzelhandel unter anderem aus Australien, Italien, Frankreich und Südafrika. Dort erhältlich ist beispielsweise der Weißwein L´Horizon Chenin Blanc aus Südafrika, die 750 ml Flasche kostet 10,00 €.[82]

Online werden sehr vereinzelt auch deutsche Weine in Chile angeboten. Der Onlinehändler BBVinos.com bietet sechs Weißweine des rheinlandpfälzischen Weinguts Achenbach an. Dazu gehört beispielsweise ein Fruchtsub Riesling aus dem Jahr 2014 des Weinguts aus der

[81] Eigene Darstellung, Preisvergleich über die Onlineshops der Supermärkte. Preise Stand 13.09.2018, Umrechnungskurs am 20.09.2018: 1 € = 796 CLP. Zu beachten sind die starken Schwankungen, denen die Währung unterliegt. In den vergangenen Jahren schwankte der Umrechnungskurs zwischen 1 € = 680 CLP und 1 € = 800 CLP.

[82] [online] http://tienda.elmundodelvino.cl/#producto-22687-lhorizon-chenin-blanc-750-ml, [geöffnet am 10.09.2018]., Preis Online 20.09.2018, Umrechnungskurs 1 € = 796 CLP.

Rheinhessischen Schweiz für ca. 18,00 € pro Flasche.[83] Im gleichen Onlinehandel ist auch ein alkoholfreier Sekt der deutschen Sektkellerei Henkell für 12,50 € je Flasche erhältlich.[84]

5.3.4 Vertriebswege, Einfuhr und Ausfuhr

Zahlen über importierte Weine in Chile sind kaum zu finden. Der Anteil ausländischer Weine auf dem Markt ist verschwindend gering. Laut Recherchen der AHK Chile vertreibt lediglich ein Supermarkt ausländische Weine (Jumbo/Cencosud), Sekt und Champagner sind etwas verbreiteter.[85] Wie oben beschrieben, werden importierte Weine in geringen Mengen in kleineren Geschäften vertrieben, die sich auf Weine oder alkoholische Getränke spezialisiert haben. Laut Aussagen des Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA, dt. Amt Büro für Studien und Agrarpolitik) liegen die Importe von Wein bei ca. 520.000 Litern im Jahr 2017. Hauptimporteur ist Argentinien mit 207.000 Litern, gefolgt von Frankreich mit 159.000 Litern und Spanien mit 102.000 Litern. Ca. 1.000 Liter Wein werden aus Deutschland importiert.[86]

Die chilenische Weinindustrie gilt als die am meisten globalisierte der Welt. Mehr als 70 % der gesamten Weinproduktion werden exportiert, damit ist Chile der viertgrößte Weinexporteur der Welt. In 150 Ländern vertreten und mit mehr als 510 Mio. exportierten Flaschen pro Jahr, sind chilenische Weine das bekannteste Exportprodukt des Landes.[87] Im Jahr 2009 wurden insgesamt 694 Mio. Liter Wein für 1,38 Mrd. US-Dollar exportiert. Im Jahr 2018wurden 854 MioLiter im Wert von rund 2 Mrd. US-Dollar exportiert. Da das Exportvolumen im Jahr 2017 noch 940 Mio. Liter betrug, ist hier aktuell ein leichter Rückgang zu erkennen.[88]

Hautabsatzmärkte für die chilenischen Weine sind Brasilien, China, Großbritannien, Kanada, die USA und immer mehr auch Japan. Diese Länder machen mehr als 50 % der Zielmärkte aus.[89] Mittlerweile liegt der Fokus der chilenischen Weinproduzenten für den Export immer mehr auf dem Premiumsegment. „Wines of Chile“, der größte Verband des Landes mit mehr als 80 Mitgliedern, hat sich das Ziel gesetzt, Chile bis 2020 zum größten Produzenten von Premiumweinen zu machen.[90] Mit dem steigenden Konsum von Sekt sind auch die Exporte gestiegen. Im Jahr 2017 wurden 5 Mio. Liter Sekt („vinos espumosos“) exportiert.[91]

[83] [online] http://www.weingut-achenbach.de/index.php/kontakt/anfahrt, [geöffnet am 12.09.2018].; und http://www.bbvinos.com/store/iimportados-imported/vinos-alemanes/vino-achenbach-aleman/vino-achenbach-fruchtsub-riesling, [geöffnet am 12.09.2018].; ., Preis Online 20.09.2018, Umrechnungskurs 1 € = 796 CLP.
[84] http://www.bbvinos.com/store/espumantes/espumantes-alemanes/espumante-henkell-sin-alcohol, [geöffnet am 12.09.2018].; ., Preis Online 20.09.2018, Umrechnungskurs 1 € = 796 CLP.
[85] Recherche durch Vergleich der Onlineshops, Besuche in Supermärkten und Weinfachhandel.
[86] ODEPA, Gespräch mit Carolina Buzzetti am 03.09.2018.
[87] Felzensztein, C., 2011, a. a. O. S. 1.
[88] ODEPA: Vinos. a. a. O.
[89] ODEPA: Vinos. a. a. O. S.4.; und Vinos de Chile, 2016, a. a. O. S.13.
[90] Felzensztein, C., 2011, a. a. O.
[91] Vinos de Chile, 2016, a. a. O., S.21. und ODEPA, Gespräch mit C. Buzzetti a. a. O.

5.3.5 Chancen für deutsche Exporteure

Die Weinindustrie in Chile ist mächtig. Wein ist sehr beliebt bei den Chilenen, die Nachfrage nach chilenischem Rotwein ist nach wie vor am größten und der Markt scheint gesättigt. Der Wettbewerb durch starke lokale Weingüter ist groß. Das Verbraucherverhalten verändert sich jedoch seit einigen Jahren. Zum einen sind Verbraucherinnen wichtiger geworden und haben Sekt und Schaumweinen gute Absatzzahlen beschert. Zum anderen werden auch Weißweine und Rosé immer beliebter. Grundsätzlich ist das Interesse der chilenischen Verbraucher an neuen Produkten groß und der Absatz von Premiumprodukten steigt stetig an.

Bisher sind nur in wenigen Geschäften überhaupt importierte Weine zu erwerben. Deutsche Weine sind kaum zu finden. Vor allem im Premiumsegment könnten sich Chancen für deutsche Exporteure auftun, hier möglicherweise vor allem im Bereich des deutschen Weißweines, der bisher kaum zu finden ist, ebenso wie im Bereich des Sektes.

5.3.6 SWOT-Analyse Wein

Tabelle 14: SWOT-Analyse Wein

Strengths (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
- Wein ist sehr beliebt - steigender Absatzmarkt von internationalen Marken	- hohe Zölle beim Import alkoholischer Getränke - kleiner Binnenmarkt - Markt in Händen weniger Großkonzerne
Opportunities (Chancen)	**Threats (Risiken)**
- kaum deutscher Wein auf dem Markt - deutsche Produkte generell beliebt in Chile - Interesse an neuen Produkten	- geringe Diversität der Vertriebswege, wegen Abhängigkeit von oligopolen Strukturen - Weinindustrie in Chile extrem stark = große Konkurrenz - Chilenen lieben „ihren“ Wein

Quelle: eigene Darstellung

6. Regelungen zum Import

6.1 Rahmenbedingungen

Die Handelspolitik Chiles kann als eine der liberalsten weltweit angesehen werden. Diese Offenheit wird durch eine Vielzahl von Handelsabkommen und aktiven Mitgliedschaften in internationalen Organisationen gesichert. Das Land ist Gründungsmitglied der Welthandelsorganisation (WTO), die 1995 das Allgemeine Zoll- und Handelsabkommen ersetzte. Darüber hinaus ist Chile Mitglied der Lateinamerikanischen Integrationsvereinigung (ALADI), der Asiatisch-Pazifischen Wirtschaftsgemeinschaft (APEC) und seit 2010 Mitglied der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. Das hohe Maß an Außenhandelsorientierung zeigt sich ebenfalls in diversen Freihandelsabkommen: Derzeit sind es 25 Verträge, die über 64 Länder[92] einbeziehen. Chile ist damit das Land mit den meisten Freihandelsabkommen der Welt.[93]

Auch in Zukunft ist Chile interessiert daran, noch bestehende Handelsbarrieren abzubauen. Im Oktober 2015 einigte sich Chile mit elf weiteren Pazifikanrainerstaaten auf ein umfassendes Freihandelsabkommen, die Transpazifische Partnerschaft (TPP). Die teilnehmenden Länder sind Australien, Brunei, Chile, Japan, Kanada, Malaysia, Mexiko, Neuseeland, Peru, Singapur, Vietnam und die USA. Nachdem Präsident Donald Trump per Dekret den Rückzug der USA aus dem geplanten Abkommen angekündigt hatte, gibt es aktuell Überlegungen, die Lücke mit Hilfe Chinas zu schließen.[94] Diese Offenheit bezüglich des Außenhandels macht Chile für deutsche Unternehmen besonders attraktiv, da so nicht nur der Export nach Chile vereinfacht wird, sondern das Land auch ein guter Standort für den Weiterverkauf in andere Länder ist.

6.1.1 Handelsabkommen zwischen Chile und Deutschland

Im Jahr 2005 ist das Assoziierungsabkommen zwischen der EU und Chile in Kraft getreten. Darin wurden die Liberalisierung des Warenhandels (bereits seit 2003 in Kraft) sowie Kooperationen in Bereichen wie der Wissenschaft, Technologie und Umwelt beschlossen.[95] Fast alle Zölle für Produkte aus der EU wurden bis 2013 vollständig abgebaut. Aktuell verhandelt die EU mit Chile über die Modernisierung des Assoziierungsabkommens. Bisher gab es zwei Verhandlungsrunden, die nächste steht Ende 2018 an. Ziel der Modernisierung ist

[92] Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, 2018: Acuerdos Comerciales, [online]: http://www.direcon.gob.cl/acuerdos-comerciales, [geöffnet am 07.09.2018].
[93] InvestChile, 2017: Chile das Land deiner Zukunft,[online]: https://investchile.gob.cl/wp-content/uploads/2017/11/brochure-aleman-investchile-web.pdf, [geöffnet am 07.09.2018].
[94] GTAI, 2018 (1): Chile erneuert mehrere Freihandelsabkommen,[online]: https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Maerkte/suche,t=chile-erneuert-mehrere-freihandelsabkommen,did=1847998.html, [geöffnet am 07.09.2018].
[95] Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, 2015, Acuerdo de Asociación Chile – Unión Europea,[online]: http://www.direcon.gob.cl/detalle-de-acuerdos/?idacuerdo=6286, [geöffnet am 07.09.2018].

die weitere Reduzierung von Zollbarrieren sowie die Verbesserung des gegenseitigen Marktzugangs für Waren, Dienstleistungen und Investitionen.[96]

Um Zollfreiheit zu genießen, muss die Herkunft des Produktes nachgewiesen werden. Für Waren bis zu einem Wert von ca. 6.000 Euro je Sendung oder für „ermächtigte Ausführer“ ist eine „Erklärung auf der Rechnung“ ausreichend. Für Waren mit höheren Warenwerten je Sendung muss die Warenverkehrsbescheinigung EUR.1 beigefügt werden (siehe Kapitel 6.4).

6.1.2 Weitere Handelsabkommen

Seit 2006 existiert ein Freihandelsabkommen zwischen Chile und China, dem wichtigsten Handelspartner Chiles. Knapp ein Viertel aller Exporte sowie Importe Chiles haben China zum Ziel bzw. kommen aus China.[97] Als erstes Abkommen Chinas mit einem Staat außerhalb des südostasiatischen Raumes beinhaltet es neben Regelungen Kapitel zum freien Warenverkehr auch Dienstleistungen und Investitionen. Seit dem 1. Januar 2015 ist das Abkommen in Gänze umgesetzt worden, sodass 97,2 % der chilenischen Güter zollfrei nach China exportiert werden können. Im November 2017 wurde der bestehende Vertrag noch erweitert und weitere Zoll- sowie Investitionserleichterungen beschlossen.[98]

Mit den USA, Chiles zweitwichtigstem Handelspartner, unterhält das Land seit 2004 ein Freihandelsabkommen. Zum 1. Januar 2015 konnte der Prozess der stufenweisen Zollabsenkung auf einen bilateralen Zolltarif von 0 % auf alle Güter abgeschlossen werden.[99]

Von besonderer Bedeutung für Chile ist zudem das 1996 in Kraft getretene Abkommen mit MERCOSUR, das Brasilien, Argentinien, Paraguay, Uruguay und seit 2012 auch Venezuela umfasst. Mit Inkrafttreten des Abkommens wurde Chile das erste assoziierte Mitglied von MERCOSUR. Der Vertrag beinhaltet die Liberalisierung des Waren- und Dienstleistungshandels sowie Vereinbarungen zu Investitionen und regionaler Integration. Seit Juli 2015 gilt die vollständige Zollfreiheit für sämtliche Güter.

Darüber hinaus unterhält Chile Abkommen mit wichtigen Handelspartnern wie Japan (in Kraft seit 2007), Südkorea (2004), Mexiko (1999), Peru (2009) und Indien (2007). Weiterhin finden aktuell Gespräche sowohl mit Indien als auch Indonesien über die Einführung eines Freihandelsabkommens statt, welches die bisherigen Abkommen stark erweitern soll. Im

[96] Boldenberg, Sophia für Deutsche Welle, 2018: EU-Chile: Freihandel oder Neokolonialismus?[online]: https://www.dw.com/de/eu-chile-freihandel-oder-neokolonialismus/a-44893068, [geöffnet am 05.09.2018].
[97] GTAI, 2018 (2): Wirtschaftsdaten Kompakt.[online]: http://www.gtai.de/GTAI/Content/DE/Trade/Fachdaten/MKT/2016/11/mkt201611222070_159470_wirtschaftsdaten-kompakt---chile.pdf?v=4, [geöffnet am 07.09.2018].
[98] Cooperativa.cl, 2017: Chile y China firmaron nuevo acuerdo que profundiza el TLC de 2005.[online]: https://www.cooperativa.cl/noticias/pais/relaciones-exteriores/acuerdos-comerciales/chile-y-china-firmaron-nuevo-acuerdo-que-profundiza-el-tlc-de-2005/2017-11-11/091014.html, [geöffnet am 27.08.2018].
[99] Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, 2015: Análisis de las relaciones comerciales entre Chile y Estados Unidos en el marco del tratado de libre comercio.[online]: http://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2015/05/INFORME-EEUU-mayo-20151.pdf, [geöffnet am 07.09.2018.

Rahmen der Alianza del Pacífico (dt. Pazifikallianz) wird zudem seit 2011 über ein weiteres Zollabkommen zwischen Chile, Kolumbien, Mexiko und Peru verhandelt.

Mit über 200 Mio. Einwohnern, einem Anteil von rund einem Drittel des latein-amerikanischen BIP und rund der Hälfte aller lateinamerikanischen Exporte würde die Pazifikallianz MERCOSUR als wichtigsten Handelsblock der Region ablösen.[100] Die hohen Erwartungen beruhen darauf, dass die beteiligten Staaten eine Zollunion mit gemeinsamer Handelspolitik, einem gemeinsamen Börsenplatz sowie Reise- und Visafreiheit anstreben.

6.2 Verfahrensablauf

Grundsätzlich können alle Lebensmittel nach Chile exportiert werden. Für einige pflanzliche Erzeugnisse ist je nach Risikogruppe ein Gesundheitszeugnis der zuständigen Behörde des Ursprungslandes (span. certificado fitosanitario) nötig. Weitere Besonderheiten, die bei der Einfuhr von alkoholhaltigen Getränken zu beachten sind, werden im Kapitel 6.4 eingehend erläutert. Zunächst allerdings erfolgt eine Einführung in das allgemeine Importverfahren Chiles. Die für alkoholische Getränke zuständigen Behörden sind neben dem Servicio Agrícola y Ganadero (www.sag.gob.cl) der Servicio de Salud (www.minsal.cl/conozcanos_servicios_salud/).

6.2.1 Ablauf des Zollverfahrens

Grundvoraussetzung für die Wareneinfuhr nach Chile ist die Beschaffung der erforderlichen Devisen durch den Importeur, i. d. R. bei dessen Handelsbank nach Beglaubigung durch die chilenische Zentralbank (Banco Central). Hierfür muss eine Zollanmeldung (span. Declaración de Ingreso), welche die Unterschrift eines autorisierten Mitarbeiters der Zentralbank erfordert, ausgefüllt und elektronisch an die Zollbehörde übermittelt werden.

Wird die eingeführte Ware nicht sofort bei der Zollstelle einem Zollverfahren unterzogen, verbleibt sie zunächst in einem amtlichen Lager.

Innerhalb einer Frist von (i. d. R.) 90 Tagen muss der Importeur bei der entsprechenden Zollstelle das Einfuhrzollverfahren durch Abgabe oder elektronische Übermittlung der Zollanmeldung beantragen. Bei reibungslosem Verlauf des Verfahrens kann mit einer Warenabfertigung innerhalb von zwei Tagen gerechnet werden. Sollte die Lagerfrist ohne Anmeldung eines Zollverfahrens verstreichen, werden die Waren als „preisgegeben“ gekennzeichnet und können versteigert werden.

[100] Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, 2017: Protocolo Adicional al Acuerdo Marco.[online]: https://www.direcon.gob.cl/2017/06/protocolo-adicional-al-acuerdo-marco-de-la-alianza-del-pacifico-2/, [geöffnet am 07.09.2018].

Der Zollanmeldung müssen weitere Unterlagen beigefügt werden. Hierbei existieren in Abhängigkeit vom Warenwert zwei Verfahren mit unterschiedlichen Dokumentations-pflichten:

6.2.1.1 Einfaches Verfahren

Für nichtkommerzielle Warenimporte bis zu einem Wert von 1.500 US-Dollar fob (free on board – klassische Lieferklausel im konventionellen Schiffsverkehr) und für kommerzielle Waren bis zu einem Rechnungswert von 1.000 US-Dollar kann der Importeur selbst die Zollabwicklung vornehmen. In diesem Fall muss der Importeur die folgenden Dokumente vorlegen:

Tabelle 15: Notwendige Dokumente zur Zollabwicklung

Dokument	Spanische Bezeichnung
Frachtbrief (im Original) oder voller Satz von Konnossementen (drei Originale)	Conocimiento de embarque original o documento que haga sus veces, según la vía de transporte
Handelsrechnung (fünffach) inklusive Ursprungserklärung* (um Zollerleichterungen in Anspruch nehmen zu können)	Factura comercial
notarielle Vollmacht des Eigentümers oder Warenversenders (wenn ein Dritter das Zollverfahren abwickelt)	Poder notarial del dueño o consignatario para un despacho determinado, en los casos en que la persona que trámite sea un tercero
Sichtvermerk oder Bescheinigungen	Vistos Buenos o Certificaciones cuando procedan

Quelle: Servicio Nacional de Aduanas

*Als Ursprungserklärung in diesem Verfahren reicht folgender Satz auf der Handelsrechnung aus: “El exportador de los productos incluidos en el presente documento declara que, salvo indicación en sentido contrario, estos productos gozan de un origen preferencial EU / Alemania.”

6.2.1.2 Verfahren mit Zollagent

Wenn der Warenwert 1.000 US-Dollar übersteigt, muss der Importeur einen Zollagenten (span. agente de aduanas) beauftragen. Ausnahmen gelten für Wareneinfuhren in die chilenischen Freizonen (Zona Franca de Iquique sowie Zona Franca de Punta Arenas), die der Eigentümer, Empfänger oder Transporteur selbst beim Zoll anmelden kann. Verfügt eine Zollstelle über weniger als zwei Zollagenten, kann diese ebenfalls den Eigentümer, Empfänger oder Transporteur als Anmelder zulassen. Eine Liste mit Zollagenten finden sie auf der Homepage der chilenischen Zollbehörde.[101]

Bei diesem Verfahren muss der Importeur Basisdokumente an den Zollagenten übergeben, die für jeden Import benötigt werden. Darüber hinaus gibt es Zusatzdokumente, die nur in bestimmten Fällen benötigt werden. Die folgende Tabelle listet die Basis- und Zusatzdokumente auf:[102]

Tabelle 16: Basis- und Zusatzdokumente für den Import

Dokument	Spanische Bezeichnung	Dokument-Typ
Frachtbrief (im Original) oder voller Satz von Konnossementen (drei Originale), der den Empfänger als Eigentümer der Ware bescheinigt	Conocimiento de embarque original, carta de porte o guía aérea, que acredite el dominio de la mercancía por parte del consignatario	Basis
Handelsrechnung (original) einschließlich Warenbezeichnung und Warenwert	Factura comercial original, que acredite la mercancía objeto de compraventa y sus valores	Basis
eidesstaatliche Erklärung des Importeurs über den Preis der Ware ab einem Warenwert über 5.000 USD (Formular wird vom Zollagenten eingereicht)	Declaración Jurada del importador sobre el precio de las mercancías, formulario que entrega el agente de aduanas	Basis
Mandat zur Güterabfertigung durch den Zollagenten, das ausschließlich vom Indossament des Original-Frachtbriefes bzw. des vollen	Mandato constituido por el sólo endoso del original del conocimiento de embarque	Basis

[101] [online]: http://www.aduana.cl/aduana/site/artic/20130416/asocfile/20130416185505/matriz_actualizada_direcciones_agentes__de_aduana_vigentes_al_24_09_2015.pdf.
[102] Dirección Nacional de Aduanas, 2016: Preguntas Frecuentes Importaciones. Verfügbar unter: https://www.aduana.cl/importaciones-de-productos/aduana/2007-02-28/161116.html#vtxt_cuerpo_T0, [geöffnet am 07.09.2018].

Dokument	Spanische Bezeichnung	Dokument-Typ
Satzes von Konnossementen erteilt wurde		
Ursprungsnachweis** (für Waren, die aus der EU stammen, entfällt der Wertzoll von 6 %)	Certificado de Origen, en caso que la importación se acoja a alguna preferencia arancelaria, en virtud de un Acuerdo Comercial	Zusatz
Packliste (im Fall von Ware, die in Containern transportiert wurde)	Lista de empaque, cuando proceda, correspondiendo siempre en caso de mercancías acondicionadas en contenedores	Zusatz
Versicherungsbescheinigungen (wenn die Höhe der Versicherungsprämie nicht auf der Handelsrechnung ausgewiesen ist)	Certificado de seguros, cuando el valor de la prima no se encuentre consignado en la factura comercial	Zusatz
Kostennote (wenn diese nicht in der Handelsrechnung enthalten ist)	Nota de Gastos, cuando éstos no estén incluidos en la factura comercial	Zusatz
Genehmigungen, Sichtvermerke, Bescheinigungen	Permisos, visaciones, certificaciones o vistos buenos, cuando proceda	Zusatz

Quelle: Servicio Nacional de Aduanas

**In diesem Verfahren ist die Form des Ursprungsnachweises abhängig vom Warenwert
Im Grundsatz ist also die einzige zu entrichtende Steuer für Produkte aus der EU die Mehrwertsteuer in Höhe von 19 %. Zu beachten ist allerding die Sondersteuer auf alkoholhaltige Produkte, die in Kapitel 6.4.1 noch einmal beleuchtet wird.

6.3 Zulassungsvoraussetzung

Beim Import von Lebensmitteln wird unterschieden, ob sich das Produkt im festen oder flüssigen Zustand befindet, sowie zwischen Roh- und verarbeiteten Produkten bzw. Säften, Milch und anderen Getränken. Abhängig von der Art der Lebensmittel sind unterschiedliche Behörden für die Autorisierung zuständig:

Tabelle 17: Harmonisierter Zollkodex und zuständige Behörde

Kapitel	Beschreibung	Zuständige Behörde
4	Milcherzeugnisse, Vogeleier, Honig und sonstige Lebensmittel tierischen Ursprungs	SAG/(SEREMI)
7	Gemüse und ausgewählte Wurzeln und Knollen	SAG/(SEREMI)
8	Früchte, Nüsse und Schalen von Zitrusfrüchten und Melonen	SAG
9	Kaffee, Tee, Mate und Gewürze	SAG/(SEREMI)
11	Malz, Stärke, Inulin und Weizengluten	SAG/(SEREMI)
17	Zucker und Zuckerwaren	(SEREMI)
18	Kakao und Kakaozubereitungen	(SEREMI)
19	Zubereitungen von Getreide, Mehl, Stärke oder Milch	(SEREMI)
22	Getränke, Alkohol und Essig	SAG / (SEREMI)

Quelle: Servicio Nacional de Aduanas

Zur Einfuhr von Lebensmitteln nach Chile sind zwei grundlegende Schritte notwendig:

1. Einholung des **Certificado de Destinación Aduanera** (CDA, dt. Zollzertifikat des Reisezieles).
2. Einholung des **Uso y Disposición de Alimentos Importados** (UYD, dt. Zertifikat zur Erlaubnis für Benutzung und Veräußerung von importierten Lebensmitteln).

Beide Gesuche werden abhängig davon, ob sie den Import- und Gesundheitsvorschriften entsprechen, entweder genehmigt oder abgelehnt.

6.3.1 CDA – Zollzertifikat des Reisezieles

Nach der Einfuhr von Lebensmitteln ist zum Verlassen des Hafens das CDA notwendig, welches entweder online (https://asdigital.minsal.cl/asdigital/) oder im Büro der Gesundheitsbehörde vor Ort (Santiago de Chile) eingeholt werden kann:

- Oficina Central, Avenida Bulnes # 194, Santiago
- Oficina de Melipilla, Plaza de Armas # 550, Melipilla
- Oficina de Talagante, Esmeralda # 1177, Talagante
- Oficina de San Bernardo, Freire # 493, San Bernardo
- Oficina de Chacabuco, Av. General San Martín #243–253, Colina
- Oficina de Cordillera, Concha y Toro #469, Puente Alto.

Zur Beantragung des CDA sind folgende Unterlagen vom Importeur vorzuweisen:

- Kopie der Rechnung
- Kopie der gesundheitlichen Zulassung
- Luft- bzw. Seefrachtbrief
- Zahlungseingang für das CDA.

Nach vollständiger Einreichung der Unterlagen hat das zuständige Secretarias Regional Ministerial (SEREMI)[103] drei Arbeitstage Zeit, um über die Erlaubnis oder Ablehnung der Einführung zu entscheiden. Erfolgt eine Erlaubnis ist der Importeur zuständig:

1. Die Produkte aus dem Hafen unter den im CDA ausgewiesenen Transportkonditionen und Transportwegen zu einer autorisierten Lagerstätte zu bringen.
2. Für die sichere Lagerung und Unterbindung von Benutzung, Konsum und Weiterverkauf der besagten Lebensmittel zu sorgen, bis das Zertifikatfür Benutzung und Veräußerung von importierten Lebensmitteln (UYD) vorliegt.
3. Beantragung des Zertifikats zur Erlaubnis für Benutzung und Veräußerung von importierten Lebensmitteln (UYD).

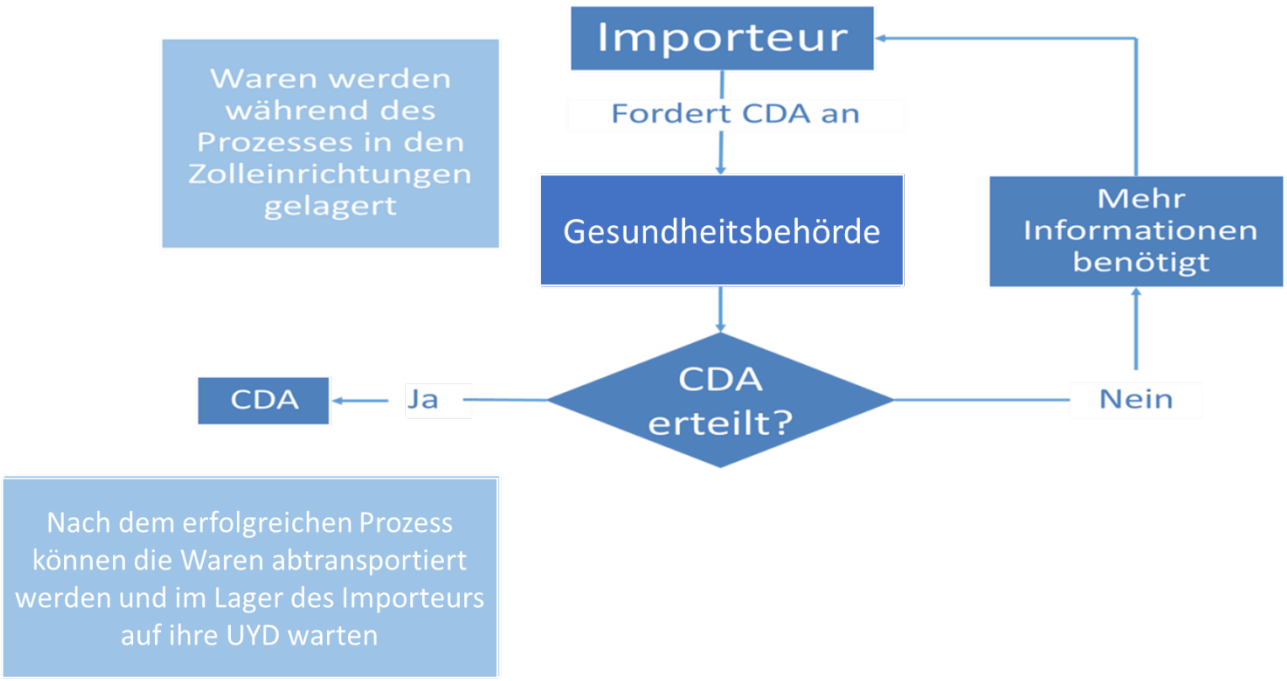


Abb. 6: Beantragung des Zollzertifikat des Reisezieles (CDA)

Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Informationen der chilenischen Zollbehörde

[103] Zuständige Behörde des Ministeriums auf regionaler Ebene

6.3.2 UYD – Zertifikat zur Erlaubnis für Benutzung und Veräußerung von importierten Lebensmitteln

Um im nächsten Schritt die eingeführten und eingelagerten Lebensmittel auch zum Konsum bzw. Verkauf nutzen zu können, ist das UYD notwendig. Die Autorisierung ist ebenfalls bei der zuständigen Gesundheitsbehörde zu beantragen und kann nicht vor dem Einlagern der Lebensmittel eingeholt werden. Auch hier ist sowohl die Beantragung im Internet unter http://asdigital.minsal.cl/asdigital/ als auch im zuständigen Büro der Behörde möglich:

Oficina Central, Avenida Bulnes # 194, Santiago
(Öffnungszeiten: montags bis donnerstags 09:00 – 13:30 Uhr, freitags 09:00 – 13:00 Uhr)

Für eine erfolgreiche Beantragung sind folgende Dokumente vorzuweisen:

- CDA
- Kopie der Kaufrechnung
- Kopie der gesundheitlichen Zulassung
- Gesundheitszertifikat des Ursprungslandes gültig für jede einzelne Einfuhr oder Zertifikat zum freien Verkauf der Produkte
- Informationen vom Hersteller zum Produkt bei erstmaliger Einführung, ansonsten zu den Veränderungen seit der letzten Einfuhr
- Etikett, welches den Lebensmittel-Gesundheitsvorschriften entspricht, mehr Informationen siehe Kapitel 6.6.

Die zuständige Behörde hat bei der Genehmigung des UYD drei Optionen:

1. Direkte Autorisierung – Genehmigung ohne Inspektion und Probenentnahme der Lebensmittel
2. Inspektion ohne Probenentnahme – Die Lebensmittel werden inspiziert, aber es werden keine Proben entnommen
3. Inspektion und Probenentnahme – Die Lebensmittel werden inspiziert und Proben werden zur Analyse entnommen.

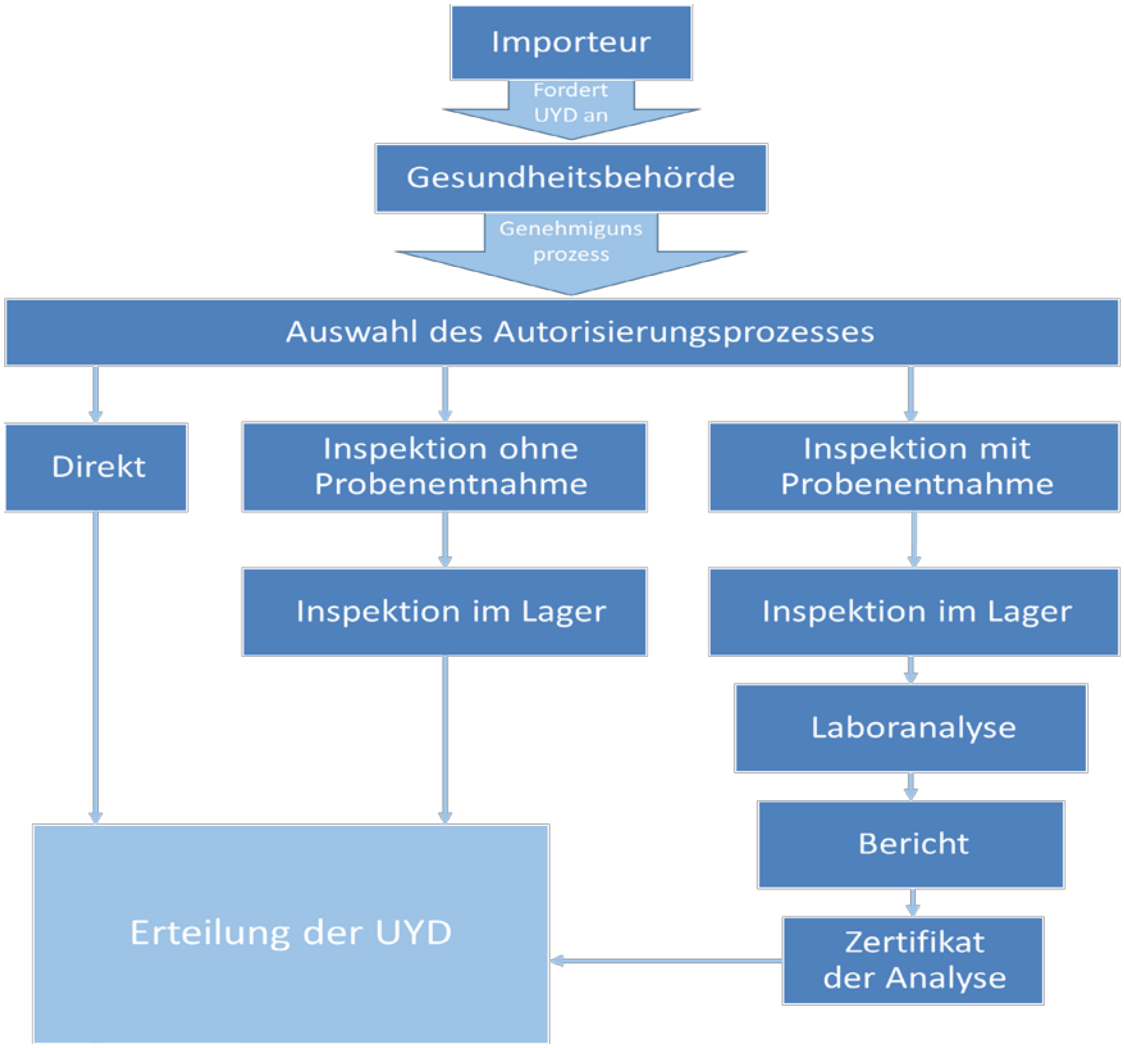


Abb. 7: Beantragung des Zertifikats UYD

Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Informationen der chilenischen Zollbehörde

Sollten Lebensmittel nicht die notwendige UYD-Genehmigung bekommen, müssen sie entweder rückgeführt, vernichtet oder dürfen in gewissen Fällen nur für die industrielle Nutzung, nicht aber für den menschlichen Konsum genutzt werden.

6.4 Zollsätze

Der Wertzoll beträgt 6 % auf den CIF-Wert der Ware. Der CIF-Wert (Cost, Insurance, Freight) ist der Warenwert zuzüglich gezahlter Versicherungsprämien und dem Wert der Frachtüberführung. Der sich aus CIF-Wert und Wertzoll ergebende Gesamtbetrag wird dann mit 19 % Umsatzsteuer (span. impuesto al valor agregado, IVA)[104] besteuert.

Für Produkte, die aus der EU stammen, entfällt grundsätzlich der Wertzoll. Keine Zollrückvergütung oder -befreiung gibt es allerdings für Vormaterialien von außerhalb der beiden Zollgebiete, die in Chile oder der EU bei der Herstellung von jenen Produkten verwendet werden, die mit ausgestelltem Ursprungsnachweis nach Chile oder in die EU wiederausgeführt werden.

Die erforderliche Form des Herkunftsnachweises ist abhängig vom Warenwert:
Für Warenlieferungen mit einem Warenwert von bis zu 6.000 Euro je Sendung genügt es, als Ursprungsnachweis eine formlose Erklärung auf der Rechnung mit anzugeben.

Bei einem Warenwert über 6.000 Euro je Sendung muss der Herkunftsnachweis durch eine Warenverkehrsbescheinigung EUR.1 erfolgen. Die Warenbescheinigung EUR.1 wird nach Antrag und Vorlage eines ausgefüllten Formulars von den Zollstellen ausgestellt. Informationen zum Ausfüllen des EUR.1-Antrags, sowie einen Muster-Antrag stehen auf der Homepage der deutschen Zollbehörde zur Verfügung.[105]

Eine Ausnahme von dieser Regelung gilt für „ermächtigte Ausführer“. In diesem vereinfachten Verfahren darf der Exporteur unabhängig vom Warenwert Ursprungserklärungen auf der Rechnung ausfertigen (unter Angabe der erteilten Bewilligungsnummer) und erspart sich somit, für jede Ausfuhr eine Warenverkehrsbescheinigung EUR.1 beizufügen. Die Ursprungserklärung eines ermächtigten Ausführers muss grundsätzlich handschriftlich unterschrieben sein. Der Verzicht auf Unterschriftsleistung kann allerdings durch folgende Verpflichtungserklärung beantragt werden: „Ich, der Unterzeichner, verpflichte mich, die volle Verantwortung für jede Erklärung auf der Rechnung oder anderem Handelspapier zu übernehmen, die mich so identifiziert, als ob ich sie handschriftlich unterzeichnet hätte.“

Der Status „ermächtigter Ausführer“ erfordert einen schriftlichen Antrag beim zuständigen Hauptzollamt. Neben dem Antrag bedarf es eines Auszugs aus dem Handelsregister oder einer Gewerbeanmeldung sowie einer Arbeits- und Organisationsanweisung. Letztere dient der Gewährleistung der Ursprungseigenschaft durch adäquate innerbetriebliche Organisation und

[104] Ein Doppelbesteuerungsabkommen zwischen Chile und Deutschland existiert derzeit ebenso wenig wie ein Abkommen zur Mehrwertsteuerrückerstattung.
[105] http://www.zoll.de/DE/Fachthemen/Warenursprung-Praeferenzen/Praeferenzen/Praeferenznachweise/Ausstellung-foermlicher-Praeferenznachweise/Allgemeine-Information-zur-Ausstellung/allgemeine-information-zur-ausstellung_node.html.

erfordert i. d. R. bereits vor Antragstellung ein Gespräch mit dem jeweiligen Hauptzollamt. Nähere Informationen zu den erforderlichen Angaben für den Antrag und die Begleitdokumente finden Sie ebenfalls auf der Homepage der deutschen Zollbehörde. [106]

Alkoholische Getränke unterliegen einer zusätzlichen Besteuerung. Die Bemessungsgrundlage für den Steuersatz ist hierbei die Summe aus dem CIF-Wert und dem ggfs. anfallenden Wertzoll.

Tabelle 18: Übersicht Zusatzsteuern

Produkt	Steuersatz
Mineralwasser, künstliche nichtalkoholische Getränke und Sirup	13 %
Wein, Champagner, Apfelwein und Bier	15 %
Liköre, Pisco, Whisky, Schnäpse, Destillate sowie Likörweine und aromatisierte weinhaltige Getränke	27 %

Quelle: Servicio Nacional de Aduanas

6.5 Zahlungs- und Währungsabsicherung

Grundsätzlich schneidet Chile im Bereich der Zahlungsmoral, speziell im südamerikanischen Vergleich, relativ gut ab. Probleme tauchen, besonders bei schlechter wirtschaftlicher Lage, häufig beim Einhalten der Zahlungsfristen auf. Negativ sind in der Vergangenheit vor allem die großen Unternehmen aufgefallen, die durch das späte Erfüllen ihrer Verbindlichkeiten kleine- und mittelständische Unternehmen (KMU) aufgrund deren Abhängigkeit in Liquiditätsschwierigkeiten brachten.

Der amtierende Präsident Sebastián Piñera brachte als Reaktion ein Gesetz auf den Weg („Ley Pago a 30 Días“), das Firmen, die das 30 Tage Zahlungsziel (speziell in Geschäftsbeziehungen mit KMUs) nicht einhalten, sanktioniert.[107] Die tatsächliche Zahlungsdauer ist aktuell meist deutlich länger und liegt bei 30 – 60 Tagen.[108] Sicherungsmittel die zur Verfügung stehen, sind das Akkreditiv, welches auch in Chile genutzt wird. Gesetzlich verankert ist diese Form der Einbindung einer Bank in das Zahlungsversprechen in den Artikeln 782 ff. des chilenischen Handelsgesetzbuches.

Weitere übliche Absicherungen sind der Eigentumsvorbehalt, in diesem Fall geht die Ware rechtlich erst in den Besitz des Kunden nach der vollständigen Kaufpreiszahlung über und das

[106] http://www.zoll.de/DE/Fachthemen/Warenursprung-Praeferenzen/Praeferenzen/Praeferenznachweise/Ausstellung-foermlicher-Praeferenznachweise/Allgemeine-Information-zur-Ausstellung/allgemeine-information-zur-ausstellung_node.html.
[107] El Mercurio, 2018: Ley Pago a 30 Días.[online]: http://www.elmercurio.com/blogs/2018/08/21/62674/Ley-Pago-a-30-Dias.aspx, [geöffnet am 10.09.2018].
[108] GTAI, 2017 (1): Kreditvergabe und Zahlungsmoral – Chile.[online]: https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Maerkte/Geschaeftspraxis/kreditvergabe-und-zahlungsmoral,t=kreditvergabe-und-zahlungsmoral--chile,did=1785170.html, [geöffnet am 01.09.2018].

Pfandrecht. Im Fall von ausländischen Unternehmen ist speziell das Unternehmerpfandrecht zu empfehlen, im Falle einer nicht erfüllten Verbindlichkeit können so theoretisch alle Bestandteile eines Unternehmens an den Pfandgläubiger übergehen.

Um von diesem Sicherungsmittel Gebrauch zu machen, bedarf es eines notariellen Vertrages und einer Eintragung in das Register für Unternehmerpfandrechte (span. Registro Especial de la Prenda Industrial), welches beim Grundbuchamt (span. Conservador de Bienes Raices) des jeweiligen Bezirks geführt wird.[109] Weiterhin bestehen auch in Chile die Option der Hypothek und der Bürgschaft als mögliche Sicherungsmittel für Zahlungen. Grundsätzlich ist es unbedingt zu empfehlen, beim Ausbleiben von Zahlungen etwaige rechtliche Schritte mit chilenischen Anwälten zu prüfen.

Um sich vor dem Abschluss eines Geschäftes über die Kreditwürdigkeit eines chilenischen Unternehmens zu informieren bietet sich die Datenbank der Handelskammer Santiago[110] (Cámara de Comercio de Santiago, CCS) an, welche Wirtschafts-, Finanz-, Bank- und Geschäftsinformationen bereitstellt. Weiterhin kann auch das Register Directorio de Información Comercial (Dicom)[111] (mit der deutschen Schufa-Auskunft vergleichbar) und das öffentliche Register der Jahresabschlüsse[112], welches von der Aufsichtsbehörde für Wertpapiere (span. Superintendencia de Valores) verwaltet wird, hilfreich sein.[113]

[109] GTAI, 2016: Recht kompakt Chile.[online]: https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Maerkte/Geschaeftspraxis/kreditvergabe-und-zahlungsmoral,t=kreditvergabe-und-zahlungsmoral--chile,did=1785170.html, [geöffnet am 01.09.2018].
[110] [online] https://www.boletincomercial.cl/
[111] [online] http://www.dicom.cl
[112] [online] http://www.svs.cl/portal/principal/605/w3-propertyvalue-18645.html
[113] GTAI, 2017 (2): Kreditvergabe und Zahlungsmoral – Chile.[online]: https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Maerkte/Geschaeftspraxis/kreditvergabe-und-zahlungsmoral,t=kreditvergabe-und-zahlungsmoral--chile,did=1785170.html, [geöffnet am 01.09.2018].

Der für Geschäfte mit Chile relevante Wechselkurs war in den vergangenen Jahren im Durchschnitt relativ stabil (siehe Abbildung 8). Nichtsdestotrotz kommt es regelmäßig zu plötzlichen Schwankungen, so stieg der Wechselkurs 2017 innerhalb von drei Monaten um fast 100 CLP im Vergleich zum Euro an.

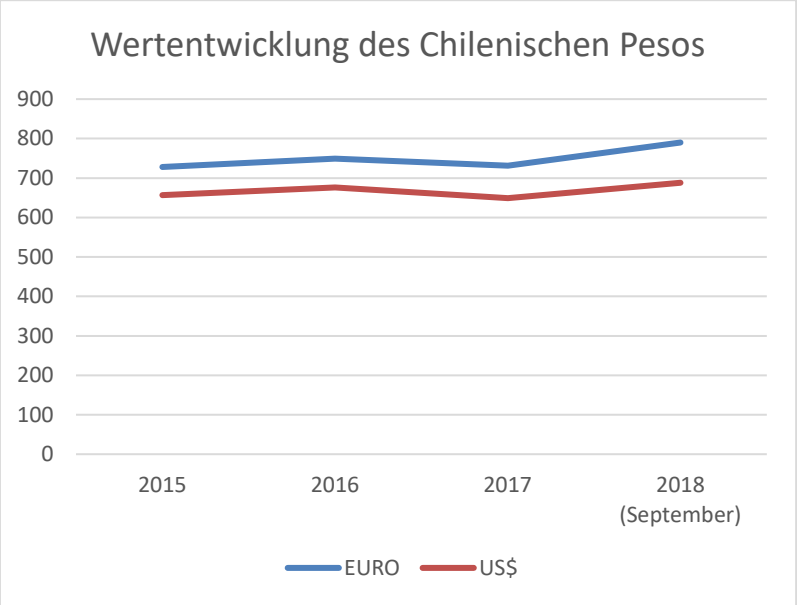


Abb. 8: Wertentwicklung des Chilenischen Pesos (CLP)

Quelle: Banco Central de Chile

Um langfristige Auslandsinvestitionen abzusichern und als Reaktion auf hohe Inflationsraten wurde im Jahr 1967 die Unidad de Fomento (UF) eingeführt. Es handelt sich hierbei um eine chilenische Rechnungswährung, deren Wechselkurs zum chilenischen Peso (CLP) von der chilenischen Zentralbank täglich bestimmt und an die Inflationsrate, die sich in Chile im Verbraucherpreisindex (Índice de Precios al Consumidor – IPC) widerspiegelt und vom nationalen Statistikinstitut (Instituto Nacional de Estadísticas – INE) festgelegt wird, angepasst wird.

Ziel der Währung ist es, einen über den Zeitverlauf stabilen Wert zu schaffen. Im Schnitt ist die UF in den letzten 10 Jahren jährlich um 4,2 % gestiegen. Die UF kommt in langfristigen Verträgen aller Art zum Einsatz, wie zum Beispiel bei Bankkrediten, privaten Investitionen oder Hypothekenkrediten. Auch Versicherungen sowie die chilenischen Rentenfonds greifen auf die UF zurück.

Banken und andere Finanzierungsinstitute bieten verschiedene Möglichkeiten an, Auslandsgeschäfte zu finanzieren. Die wichtigsten deutschen Akteure sind die Ausfuhrkredit-Gesellschaft (AKA) und die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW).

6.6 Lebensmittelkennzeichnung

Für Lebensmittel, die besonders hohe Werte an Natrium, Zucker, Fett oder Kalorien vorweisen, gilt eine besondere Kennzeichnungspflicht. Die genauen Grenzwerte der Kennzeichnungspflicht für Lebensmittel im flüssigen Zustand sind der Abbildung 9 19[114] zu entnehmen.



Abb. 9: Kennzeichnungen für Lebensmittel

Quelle: Eigene Darstellung nach Ministerio de Salud

Tabelle 19: Grenzwerte der Kennzeichnungspflicht für Lebensmittel im flüssigen Zustand

	seit 27. Juni 2018	ab 27. Juni 2019
Energy kcal/100 g (ml)	70	100
Sodium mg/100 g (ml)	100	100
Total sugars g/100 g (ml)	5	6
Saturated fats g/100 g (ml)	3	3

Quelle: Ministerio de Salud

Bei nicht-alkoholischen, natürlichen oder künstlichen Getränken, Sirupen oder ähnlichen Produkten sowie Mineralwasser, die mit Farbstoffen, Aromen oder Süßstoffen angereichert sind und einen hohen Zuckergehalt aufweisen, muss eine notarielle Erklärung über die Nährstoffzusammensetzung vom Importeur zur Zollabfertigung eingereicht werden.

Hersteller, Verpacker, Händler, Importeure und Exporteure von Alkohol müssen sich bei der Landwirtschafts- und Viehhaltungsbehörde (SAG) des Landwirtschaftsministeriums registrieren. Darüber hinaus gibt es besondere Kennzeichnungsvorschriften für Alkohol und alkoholische Getränke in Chile, die zu beachten sind.

[114] Ministerio de Salud, 2016: Ley de Alimentos – Nuevo etiquetado de alimentos.[online]: http://web.minsal.cl/ley-de-alimentos-nuevo-etiquetado-de-alimentos/, [geöffnet am 10.09.2018].

6.6.1 Anforderungen an Verpackung und Kennzeichnung

Alle konservierten oder verpackten Lebensmittel müssen in spanischer Sprache etikettiert werden. Waren, die in anderen Sprachen als Spanisch gekennzeichnet sind, müssen auf Spanisch neu gekennzeichnet werden. Generell sind folgende Informationen anzugeben:

- Spezifischer bzw. Handelsname des Produkts
- Name des Herstellers/Importeurs
- Herkunftsland
- Herstellungsdatum
- Gültigkeitsdatum (am besten „genießbar bis“)
- Liste der Bestandteile in absteigender Reihenfolge von Gewicht/Volumen
- Informationen über Lebensmittelzusatzstoffe, falls zutreffend
- Nährwert-Information
- Nettogewicht/Volumen
- Anzahl
- Zulassungsnummer der Gesundheitsbehörde
- Anweisung zum Gebrauch und Lagerung des Produktes
- entsprechende Angabe bei bestrahlten Lebensmitteln
- weitere produktspezifische Informationen, falls von den Behörden gefordert.

6.6.2 Anforderungen bei Alkohol und alkoholischen Getränken

Im Falle von Alkohol und alkoholischen Getränken sind folgende Angaben auf dem Etikett vorgeschrieben:

- Name oder Bezeichnung, die die den wirklichen Inhalt des Produktes angibt
- Alkoholgehalt
- Menge (Volumen)
- Name und Anschrift des Abfüllers
- Herkunftsland
- Name und Anschrift des Importeurs
- Verfallsdatum (bei Erzeugnissen, die Milch oder Ei enthalten)
- Konzentration von Essigsäure in Gramm pro Liter (bei Essig)
- Art und Konzentration des Vergällungsmittels (bei vergällten Alkoholen)
- Zutaten (bei Cocktails und Mischgetränken aller Art).

7. Relevante Ansprechpartner

7.1 Relevante Kontaktveranstaltungen

In Chile finden Veranstaltungen in den Branchen Bier, Wein und Spirituosen überwiegend punktuell statt. Regelmäßige oder wiederkehrende Kongresse, Messen, etc. sind die Ausnahme. Hier folgt eine Übersicht über die aktuell wichtigsten Veranstaltungen aller drei Sektoren:

Bier:
Bierfest Santiago: Bierfest, begleitet von Konzerten unterschiedlicher Musikrichtungen, 32 Brauereien nahmen teil, fand zuletzt im Februar 2018 statt.

Congreso Cervecero Independiente: Bierkongress von und für Brauereien Chiles und Argentiniens, 08. – 10.08.2018 in Puerto Varas.[115]

Copa Cervezas de América: eine der wenigen regelmäßig stattfindenden Veranstaltungen zu alkoholischen Getränken in Chile, Wettbewerb lateinamerikanischer Biere, dient jedoch auch als Plattform zum Treffen und Austausch der Bierproduzenten, gleichzeitiger Kongress lateinamerikanischer Brauereien, fand vom 08. – 13. Oktober 2018 in Santiago statt.[116]

Fiesta de la Cerveza: Bierfest, begleitet von Konzerten unterschiedlicher Musikrichtungen, verschiedene Brauereien als Aussteller, 30.10. – 04.11.2018 in Peñaflor (nahe Santiago).[117]

Spirituosen:
Feria del Pisco Chileno 2018, 12.05.2018, eintägige Messe zu allen Themen rund um Pisco, Treffpunkt der großen Pisco-Produzenten Chiles.[118]

Wein:
Congreso Mundial de Enoturismo: Kongress des Weintourismus, wird in der 2. Hälfte 2019 in Santiago stattfinden.[119]

Día Nacional del Vino Chileno: nationaler Tag des chilenischen Weines, findet seit 2017 am 4. September, begleitet von verschiedenen Events, statt.[120]

[115] [online] https://welcu.com/aci/cci, [geöffnet am: 23.08.2018].
[116] [online] https://www.copacervezasdeamerica.com/, [geöffnet am 06.09.2018].
[117] [online] http://oktoberfestchile.cl/, [geöffnet am: 23.08.2018].
[118] [online] http://www.feriadelpiscochileno.cl/, [geöffnet am: 30.08.2018].
[119] [online] http://www.emol.com/noticias/Economia/2018/04/15/902467/Chile-sera-sede-del-cuarto-Congreso-Mundial-de-Enoturismo-en-2019.html [geöffnet am: 23.08.2018].
[120] [online] https://www.odepa.gob.cl/wp-content/uploads/2018/06/presentacionCNV2018.pdf , [geöffnet am: 23.08.2018].

Congreso Internacional de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV): 2020 wird in Chile der Weltkongress für Rebe und Wein der Internationalen Organisation für Rebe und Wein (OIV) stattfinden.[121]

Feria del Vino 2017: Weinmesse 2017, fand am 01.12.2017 im Parque Bicentenario in Santiago statt, mehr als 40 Stände verschiedener Weingüter waren vertreten, organisiert von Wines of Chile.[122]

Übergreifend:
Espacio Food & Service: Messe für Unternehmen, Zulieferer, öffentliche Organisationen und Berufstätige der Nahrungsmittelindustrie in Santiago, 25. – 27.09.2018, ca. 20.000 Besucher.[123]

Expo Beer & Wine: Messe für Bier- und Weinzulieferer, Kongress, Treffpunkt aller Unternehmen der Branche, findet 2019 erstmals vom 30.05. – 01.06.2019 in Santiago statt.[124]

7.2 Absatzwege

Die Vorherrschaft im direkten Vertrieb von Wein, Bier, Spirituosen und anderen alkoholischen Getränken liegt auf dem chilenischen Markt bei den großen Einzelhandels-konglomeraten, insbesondere bei Cencosud S.A. Zu Cencosud S.A. gehören die verbreiteten Supermarktketten Santa Isabel und Jumbo. Jumbo hat das breiteste Angebot an importierten Artikeln in Chile. Weitere wichtige Supermärkte sind Tottus (Grupo Falabella), Líder (wurde 2009 von Walmart Chile S.A. aufgekauft) und SMU S.A. mit dem Supermarkt Unimarc. Im letzteren sind kaum importierte Getränke zu finden.

Darüber hinaus gibt es zahlreiche kleinere Weinboutiquen, Importeure und Distributoren, Online-Händler und Supermarktketten, über die in der folgenden Tabelle ein Überblick gegeben wird.

[121] [online] https://www.odepa.gob.cl/publicaciones/noticias/noticias-institucionales/el-ano-2020-chile-sera-sede-del-congreso-internacional-de-la-organizacion-internacional-de-la-vina-y-el-vino-oiv, [geöffnet am: 23.08.2018].
[122] [online] http://www.winesofchile.org/es/content/feria-del-vino-2017, [geöffnet am: 30.08.2018].
[123] [online] http://www.espaciofoodservice.cl/, [geöffnet am: 30.08.2018].
[124] [online] https://www.expowinebeer.com/, [geöffnet am: 06.09.2018].

Tabelle 20: Relevante Ansprechpartner

Name Organisation	Adresse	Produkt	Art der Organisation	Beschreibung
Asociación de Productores de Cerveza de Chile S.A. (ACECHI)	General Holley 2363 Of. 401 Providencia, Santiago www.acechi.cl	Bier	Verband	Verband, der die Interessen der Unternehmen der chilenischen Bierindustrie vertritt
Asociación de Cerveceros Artesanales de la Araucanía (ACAA)	Araucanía www.acaa.cl	Bier	Verband	Verband von Craftbier-Brauereien aus der Region Araucanía
Cervecería Principal	Hernando de Aguirre Nº128 Of 405. Providencia, Santiago www.cerveceriaprincipal.cl	Bier	Unternehmen	Import und Vertrieb von nationalen und internationalen Bieren
Beervana	Avenida Los Leones 106, Providencia, Santiago www.beervana.cl	Bier	Unternehmen	Vertrieb von Craftbier, importierte Biere aus den USA und Europa

Name Organisation	Adresse	Produkt	Art der Organisation	Beschreibung
Cervecería Chile S.A. (ABInBev)	Av. Presidente Eduardo, Frei Montalva 9600, Quilicura, Santiago www.ab-inbev.com	Bier	Importeur und Distributor	ABInBev, größte Brauereigruppe weltweit, auch in Chile tätig
Vinos de Chile	Avenida Alonso de Córdova 5151, oficina 1202 y 1203, Las Condes, Santiago www.winesofchile.org	Wein	Verband	Verband, der die chilenischen Weinproduzenten vertritt
Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos	Calle Padre Alonso de Ovalle 1638, Centro, Santiago www.enologo.cl	Wein	Verband	Verband chilenischer Winzer und Agraringenieure
Cavas Reunidas S.A.	Jorge Alessandri 514, La Reina, Santiago www.cavasreunidas.cl	Wein	Importeur	Vertrieb und Import von Weinen und Spirituosen
Outlet del Vino	Av. Lo Espejo 943, Maipú, Santiago www.outletdelvino.com	Wein	Distributor	Online-Vertrieb von Wein und eigener Laden in Santiago

Name Organisation	Adresse	Produkt	Art der Organisation	Beschreibung
Aprocor (Asociación Pro Consumo Responsable de Bebidas Espirituosas)	Avda. Vitacura 5250, Oficina 807, Piso 8, Vitacura. Santiago www.aprocor.cl	Spirituosen	Verband	Verband chilenischer Unternehmen der Spirituosenbranche
Grupo Capel: Cooperativa Agrícola Pisquera Elqui Ltda.	Carrión 1586, Independencia, Santiago www.cooperativacapel.cl	Spirituosen	Verband	Verband von Wein- und Pisco-Produzenten
Productores de Pisco Asociación Gremial	Los Carrera 380, Oficina 414, La Serena www.piscochile.com	Spirituosen	Verband	Verband der Unternehmen der chilenischen Pisco-Industrie
Comercial Escocia Ltda.	Lo Errázuriz 926, Cerrillos, Santiago www.comercialescocia.cl	Spirituosen	Importeur	Importeur und Distributor von Spirituosen
Abastecedora del Comercio Ltda.	Santa Elena 1761, Santiago www.adelco.cl	übergreifend	Distributor	Zulieferer für Supermärkte (Lebensmittel)

Name Organisation	Adresse	Produkt	Art der Organisation	Beschreibung
Cencosud Retail S.A.	Av. Pdte. Kennedy Lateral 9001, Piso 6, Las Condes, Santiago www.cencosud.com	übergreifend	Distributor	Unternehmen ist Mitglied der AHK Chile. Retail Konglomerat (Jumbo, Santa Isabel, Easy, Johnson, Paris)
Comercial Baco Ltda.	Av. Suiza 297, Los Cerrillos, Santiago www.comercialbaco.cl	übergreifend	Distributor	Vertrieb von alkoholischen und nicht-alkoholischen Getränken
Comercial F.H. Engel S.A.	Av. Claudio Arrau 7000, Pudahuel, Santiago www.comercialbaco.cl	übergreifend	Distributor	Zulieferer für Supermärkte und Restaurants (Massenverbrauchs-güter)
Distribuidora el Cielo S.A.	San Diego 1430, Santiago www.elcielo.cl	übergreifend	Distributor	Vertrieb von Getränken, Wein, Spirituosen, Bier

Name Organisation	Adresse	Produkt	Art der Organisation	Beschreibung
Distribucion y Excelencia S.A.	Av. La Montaña 776 Panamericana Norte KM 16 1/2-Lampa www.desa.cl	übergreifend	Distributor	Vertrieb von Getränken, Wein, Spirituosen, Bier, haben Exklusivvertrag mit ABInBev
Embotelladora Andina S.A.	Av. Miraflores 9153, Renca, Santiago www.koandina.com	übergreifend	Distributor	Vertrieb von Getränken
Imp.Ycom. Tolosa y Venegas Ltda.	Ignacio Carrera Pinto 160, Punta Arenas www.tolven.cl	übergreifend	Importeur	Import und Vertrieb von europäischen Lebensmitteln
Importadora y Distribuidora Santiago S.A.	Av. México 1199, Recoleta, Santiago www.deaguirre.cl/importadora	übergreifend	Importeur	Import und Vertrieb von Wein, Spirituosen, Bier, Energydrinks
Distribuidora Sanzana Ltda.	Avenida Valparaiso 1674, Villa Alemana, Quinta Región www.sanzanaltda.cl	übergreifend	Importeur	Import und Vertrieb von Wein, Spirituosen, Bier, Energydrinks

Name Organisation	Adresse	Produkt	Art der Organisation	Beschreibung
Emilio Felipe Gonzalez Zenteno (Vinos Wine)	San Miguel, Santiago www.vinoswine.cl	übergreifend	Distributor	Online-Vertrieb von Wein, Bier, Spirituosen
Wordlquery SpA (booz.cl)	Badajoz 100, Las Condes, Santiago www.booz.cl	übergreifend	Distributor	Online-Vertrieb von alkoholischen Getränken
La Modelo	Av. Grecia 6789, Peñalolen, Santiago www.lamodelo.cl	übergreifend	Distributor	Online-Vertrieb von Getränken
La Vinoteca S.A.	Av. Manuel Montt 1450, Providencia, Santiago www.lavinoteca.cl	übergreifend	Importeur	Vertrieb von alkoholischen Getränken an vier Standorten in Chile
Liquidos.cl	Avenida Bilbao 1097, Providencia, Santiago www.liquidos.cl	übergreifend	Distributor	Online-Vertrieb nationaler und internationaler alkoholischer Getränke, zusätzlich 15 Läden

Name Organisation	Adresse	Produkt	Art der Organisation	Beschreibung
IQ Wine	Av. Presidente Riesco 5275, Las Condes, Santiago www.iqwine.cl	übergreifend	Distributor	Online-Vertrieb alkoholischer Getränke mit Fokus auf italienischem Wein
Navarro y Cía Ltda.	Av. Presidente Salvador Allende 73, San Joaquín, Santiago www.navarroycia.cl	übergreifend	Importeur	Importeur von Wein, Bier und anderer Konsumgüter
CCU.	Vitacura 2670, Las Condes, Santiago www.ccu.cl	übergreifend	Importeur und Distributor	vertreibt eigene und importierte Marken alkoholischer Getränke, 80 % Marktanteil am chilenischen Markt für Bier
Pisquera Portugal	Calle Cañaveral 600, Quilicura, Santiago www.pisquera.cl	übergreifend	Distributor	Vertrieb von alkoholischen Getränken in der Metropol-Region Santiago

Name Organisation	Adresse	Produkt	Art der Organisation	Beschreibung
Pibamour Ltda.	Av. Jorge Hirmas 2560, Renca, Santiago www.pibamour.com	übergreifend	Importeur	führendes Unternehmen für Import und Distribution von Gourmetnahrungsmitteln in Chile, insbesondere für Bier, arbeiten mit Radeberger zusammen
Embotelladora Metropolitana S.A.	Parinacota 340, Quilicura, Santiago www.emsachile.com	übergreifend	Distributor	Flaschenabfüller, importierte jedoch auch schon Spirituosen
Premium Brands Chile SpA	Avenida Vitacura 3520, Vitacura, Santiago www.premiumbrands.cl	übergreifend	Importeur	Distributor von alkoholischen Getränken und Gourmetartikeln
Zerene Hermanos y Cía. Ltda.	Buenos Aires 425, Recoleta, Santiago www.zerene.cl	übergreifend	Distributor	Distributor von alkoholischen und anderen Getränken

Name Organisation	Adresse	Produkt	Art der Organisation	Beschreibung
BBVinos Lastarria Express	Av. Libertador Bdo. O´Higgins 227, Centro, Santiago www.bbvinos.com	übergreifend	Distributor	Online-Vertrieb von alkoholischen Getränken und weiteren Gourmetprodukten
Líder Wal-Mart Chile	Av. Valle del Sur 725, Piso 5, Huechuraba, Santiago www.lider.cl	übergreifend	Importeur und Distributor	eine der größten chilenischen Supermarktketten, 2009 von Walmart aufgekauft
Supermercado Unimarc SMU	Av. Cerro El Plomo 5680, Las Condes, Santiago www.unimarc.cl	übergreifend	Distributor	Supermarktkette
Hipermercados Tottus S.A.	Calle San Martin 174, Buin, Santiago www.tottus.cl	übergreifend	Distributor	neben Santa Isabel, Jumbo (Cencosud) und Líder die größte Supermarktkette Chiles, gehört zu Falabella

7. Relevante Ansprechpartner

Name Organisation	Adresse	Produkt	Art der Organisation	Beschreibung
ODEPA (Oficinade Estudios y Políticas Agrarias)	Teatinos 40, Piso 7, Centro, Santiago www.odepa.gob.cl	übergreifend	staatliche Organisation	Büro für Studien und Agrarpolitik dem Landwirtschafts-ministerium zugehörig

Quellenverzeichnis

Acechi (1): El consumo de cerveza sube como la espuma. Verfügbar unter: http://www.acechi.cl/home/el-consumo-de-cerveza-sube-como-la-espuma/; Zugriff am 02.08.2018.

Acechi (2): Cerveza y sociedad importaciones de cerveza en primer semestre 2017 superan los 118 millones de litros. Verfügbar unter: http://www.acechi.cl/home/cerveza-y-sociedad-importaciones-de-cerveza-en-primer-semestre-2017-superan-los-118-millones-de-litros/, Zugriff am 02.08.2018.

Acechi (3): Comunicado: Importaciones de cerveza en primer semestre 2017 superan los 118 millones de litros. Verfügbar unter: http://www.acechi.cl/uploads/2017/11/Acechi_Comunicado-Importaciones-1er-semestre-20171.pdf, Zugriff am 30.08.2018.

América Retail, 01.08.2017: Estudios: Crece consumo de cerveza artesanal en Chile. Verfügbar unter: http://www.america-retail.com/estudios-consumidores/estudios-crece-consumo-de-cerveza-artesanal-en-chile/, Zugriff am 28.08.2018.

Araya, Alejandro für Paula, 18.10.2017: Clásicos hechos en Chile. Verfügbar unter: http://www.paula.cl/gastronomia/clasicos-hechos-en-chile/, Zugriff am 04.09.2018.

Austin, Michael für Chicago Tribune, 02.08.2017: What you need to know about Chilean wine. Verfügbar unter: http://www.chicagotribune.com/dining/drink/wine/sc-chilean-wine-food-0804-20170802-column.html, Zugriff am 10.09.2018.

Boldenberg, Sophia für Deutsche Welle, 2018: EU-Chile: Freihandel oder Neokolonialismus? Verfügbar unter: https://www.dw.com/de/eu-chile-freihandel-oder-neokolonialismus/a-44893068, Zugriff am 05.09.2018.

CCU, verfügbar unter: https://www.ccu.cl/nuestra-historia/, Zugriff am 30.08.2018.

Cooperativa.cl, 2017: Chile y China firmaron nuevo acuerdo que profundiza el TLC de 2005. Verfügbar unter: https://www.cooperativa.cl/noticias/pais/relaciones-exteriores/acuerdos-comerciales/chile-y-china-firmaron-nuevo-acuerdo-que-profundiza-el-tlc-de-2005/2017-11-11/091014.html, Zugriff am 27.08.2018.

Dettmann, Arne für Cóndor – Deutsch-Chilenische Wochenzeitung, 15.01.2016 (1): Bierfest zum Durstlöschen. Verfügbar unter: http://www.condor.cl/restauranttipps/bierfeste-zum-durstlschen/, Zugriff am 03.08.2018.

Dettmann, Arne für Cóndor, 12.08.2017 (2): Ein schwäbischer Braumeister im chilenischen Valdivia. Verfügbar unter: http://www.condor.cl/gemeinschaft/ein-schwaebischer-braumeister-im-chilenischen-valdivia, Zugriff am 03.08.2018.

De Solminihac, Valentina für La Tercera, 06.01.2018: Cervecería Kross prepara plan de expansión con nuevos bares. Verfügbar unter: http://www2.latercera.com/noticia/cervecerias-kross-prepara-plan-expansion-nuevos-bares/, Zugriff am 28.08.2018.

Dhalleine, Timothy für Cascada Expediciones, 28.10.2015: Craft Beer in Chile. Verfügbar unter: https://www.cascada.travel/en/News/Craft-Beer-Chile-Viva-la-Revolucion, Zugriff am 03.09.2018.

Diario el Día, 23.02.2017: Ventas de pisco registran alza en el último año. Verfügbar unter: http://www.diarioeldia.cl/economia/pisco/ventas-pisco-registran-alza-en-ultimo-ano-pero-consumo-ha-disminuido-4-en-seis-anos, Zugriff am 30.08.2018.

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, 2015: Acuerdo de Asociación Chile – Unión Europea. Verfügbar unter: http://www.direcon.gob.cl/detalle-de-acuerdos/?idacuerdo=6286, Zugriff am 07.09.2018.

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, 2015: Análisis de las relaciones comerciales entre Chile y Estados Unidos en el marco del tratado de libre comercio. Verfügbar unter: http://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2015/05/INFORME-EEUU-mayo-20151.pdf, Zugriff am 07.09.2018.

Dirección Nacional de Aduanas, 2016: Preguntas Frecuentes Importaciones. Verfügbar unter: https://www.aduana.cl/importaciones-de-productos/aduana/2007-02-28/161116.html#vtxt_cuerpo_T0, Zugriff am 07.09.2018.

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, 2017: Protocolo Adicional al Acuerdo Marco. Verfügbar unter: https://www.direcon.gob.cl/2017/06/protocolo-adicional-al-acuerdo-marco-de-la-alianza-del-pacifico-2/, Zugriff am 07.09.2018

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, 2018: Acuerdos Comerciales. Verfügbar unter: http://www.direcon.gob.cl/acuerdos-comerciales, Zugriff am 07.09.2018.

El Mercurio, 2018: Ley Pago a 30 Días. Verfügbar unter: http://www.elmercurio.com/blogs/2018/08/21/62674/Ley-Pago-a-30-Dias.aspx, Zugriff am 10.09.2018.

El Mercurio, Studie durch BAVLAB Prolam Y&R, 03.03.2018: Consumo de cervezas artesanales se dispara en 2017 y supera al de las catalogas como tradicionales. Verfügbar unter: http://impresa.elmercurio.com/Pages/NewsDetail.aspx?dt=03-03-2018%200:00:00&NewsID=553829&dtB=03-03-2018%200:00:00&BodyID=2&PaginaId=4, Zugriff am 03.08.2018.

Emol, 13.12.2017: Cervecería Chile obtiene permisos ambientales para ampliar planta: Triplicará producción. Verfügbar unter: http://www.emol.com/noticias/Economia/2017/12/13/887116/Cerveceria-Chile-obtiene-permisos-ambientales-para-ampliar-planta-Triplicara-produccion.html, Zugriff am 30.08.2018.

Emol, 06.09.2017 (2): Importaciones de cerveza aumentan con fuerza en Chile y superan los 118 millones de litros. Verfügbar unter: http://www.emol.com/noticias/Economia/2017/09/06/874147/Importaciones-de-cerveza-aumentan-con-fuerza-en-Chile.html, Zugriff am 30.08.2018.

Emol, 22.02.2017 (3): Consumo de destilados cae 13 % en seis años. Verfügbar unter: http://www.emol.com/noticias/Economia/2017/02/22/846135/Consumo-de-destilados-cae-13-en-seis-anos-Pisco-y-ron-son-los-productos-mas-afectados.html, Zugriff am 30.08.2018.

Emol, 01.03.2018: Chile cuadruplica a Perú en consumo de pisco: Dos litros per cápita versus medio litro al año. Verfügbar unter: http://www.emol.com/noticias/Economia/2018/03/01/896956/Chile-cuadruplica-a-Peru-en-consumo-de-pisco-Dos-litros-per-capita-versus-medio-litro-al-ano.html, Zugriff am 29.08.2018.

Euromonitor (1), Juli 2017: Beer in Chile. Verfügbar unter: http://www.euromonitor.com/beer-in-chile/report, Zugriff am 03.08.2018.

Euromonitor, Juli 2018 (2): Alcoholic Drinks in Chile. Verfügbar unter: https://www.euromonitor.com/alcoholic-drinks-in-chile/report, Zugriff am 29.08.2018.

Euromonitor International, Juli 2018, (3): Spirits in Chile. Verfügbar unter https://www.euromonitor.com/spirits-in-chile/report, Zugriff am 30.08.2018.

Euromonitor International, Juli 2018 (4): Wine in Chile. Verfügbar unter: https://www.euromonitor.com/wine-in-chile/report, Zugriff am 10.09.2018.

Felzenstein, Christian, 2011: The Chilean wine industry: new international strategies for 2020. S. 3 f. Verfügbar unter: http://www.vdqs.net/2013Talca/documents/informations/The%20Chilean%20Wine%20Industry.pdf, Zugriff am 10.09.2018.

Flanders Invest&Trade, März 2014: The beer market in Chile. Verfügbar unter: https://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/market_studies/301140326142723/301140326142723_2.pdf, Zugriff am 02.08.2018.

Gracia, Valentina für Economía y Negocio, 20.11.2017: Ventas de pisco súper Premium crecen un 25 % en 2017. Verfügbar unter: http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=418600, Zugriff am 30.08.2018

Grupo Agro, 04.12.2017: Destilería Talcamávida: Destilados que hacen historia desde el corazón del Bío Bío. Verfügbar unter: http://revistagrupoagro.cl/destileria-talcamavida/, Zugriff am 04.09.2018.

GTAI, 2016: Recht kompakt Chile. Verfügbar unter: https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Maerkte/Geschaeftspraxis/kreditvergabe-und-zahlungsmoral,t=kreditvergabe-und-zahlungsmoral--chile,did=1785170.html, Zugriff am 01.09.2018.

GTAI, 2017: Kreditvergabe und Zahlungsmoral – Chile. Verfügbar unter: https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Maerkte/Geschaeftspraxis/kreditvergabe-und-zahlungsmoral,t=kreditvergabe-und-zahlungsmoral--chile,did=1785170.html, Zugriff am 01.09.2018.

GTAI, 2018 (1): Chile erneuert mehrere Freihandelsabkommen. Verfügbar unter: https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Maerkte/suche,t=chile-erneuert-mehrere-freihandelsabkommen,did=1847998.html, Zugriff am 07.09.2018.

GTAI, 2018 (2): Wirtschaftsdaten Kompakt. Verfügbar unter: http://www.gtai.de/GTAI/Content/DE/Trade/Fachdaten/MKT/2016/11/mkt201611222070_159470_wirtschaftsdaten-kompakt---chile.pdf?v=4, Zugriff am 07.09.2018.

InvestChile, 2017: Chile das Land deiner Zukunft. Verfügbar unter: https://investchile.gob.cl/wp-content/uploads/2017/11/brochure-aleman-investchile-web.pdf, Zugriff am 07.09.2018.

Iturriaga, Catalina für Economía y Negocios, 31.07.2017: Consumo de cerveza artesanal crece 15 % en Chile. Verfügbar unter: http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=383960, Zugriff am 28.08.2018.

La Nación, 09.03.2018: Estos son los 4 mejores piscos chilenos […]. Verfügbar unter: http://lanacion.cl/2018/03/09/estos-son-los-4-mejores-piscos-chilenos-que-son-tendencia-en-el-mundo/, Zugriff am 04.09.2018.

Marchetti Michels, Patricia für Emol, 26.10.2017: Más de 220 variedades de cerveza y marcas nunca antes vista en Chile. Verfügbar unter: http://www.emol.com/noticias/Economia/2017/10/26/880749/Mas-de-220-variedades-de-cerveza-y-marcas-nunca-antes-vistas-en-Chile-Las-novedades-de-Oktoberfest-2017.html, Zugriff am 02.08.2018.

Mariani, Silvanio für Diario Concepción, 18.11.2017: Cervecería Kross crece a razón de 20 al año[…]. Verfügbar unter: https://www.diarioconcepcion.cl/economia-y-negocios/2017/11/18/cerveceria-kross-crece-a-razon-de-200-al-ano-y-va-por-mas-en-la-region-del-bio-bio.html, Zugriff am 08.08.2018.

Marticorena, Jessica für La Tercera 28.09.2014: La renovada contiendo del mercado cervecero. Verfügbar unter: http://diario.latercera.com/edicionimpresa/la-renovada-contienda-del-mercado-cervecero/, Zugriff am 08.08.2018

Ministerio de Salud, 2016: Ley de Alimentos – Nuevo etiquetado de alimentos. Verfügbar unter: http://web.minsal.cl/ley-de-alimentos-nuevo-etiquetado-de-alimentos/, Zugriff am 10.09.2018.

ODEPA, Gespräch mit Carolina Buzzetti am 03.09.2018.

ODEPA: Vinos. Verfügbar unter: https://www.odepa.gob.cl/rubros/vinos-y-alcoholes, Zugriff am 10.09.2018.

Open to Export, 01.03.2016: Women are changing the alcohol industry in Chile. Verfügbar unter: https://opentoexport.com/blog/women-are-changing-thealcohol-industry-in-chile/, Zugriff am 12.09.2018.

Paleo, Daniel für Diario el Día, 23.02.2017: Ventas de pisco registran alza en el último año. Verfügbar unter: http://www.diarioeldia.cl/economia/pisco/ventas-pisco-registran-alza-en-ultimo-ano-pero-consumo-ha-disminuido-4-en-seis-anos, Zugriff am 29.08.2018.

Peralta Sáinz, Álvaro für La Tercera, 05.05.2018: La Piscola: Nuestra Verdadera Bebida Nacional. Verfügbar unter: https://www.latercera.com/tendencias/noticia/nuestra-verdadera-bebida-nacional/153553/, Zugriff am 29.08.2018.

Pérez-Cueto V., Constanza für La Tercera, 29.12.2017: Consumo de whiskey en Chile desplaza al ron. Verfügbar unter: http://www2.latercera.com/noticia/consumo-whisky-chile-desplaza-al-ron/, Zugriff am 30.08.2018

Publimetro, 29.08.2016: Chile será sede del concurso mundial de bebidas espirituosas en 2017. Verfügbar unter: https://www.publimetro.cl/cl/diario-pyme/2016/08/29/chile-sera-sede-concurso-mundial-bebidas-espirituosas-2017.html, Zugriff am 05.09.2018.

Roja, Ingrid für LexLatin, 24.11.2017: Concha y Toro se convierte socio mayoritario de cervecería chilena Kross. Verfügbar unter: http://lexlatin.com/noticia/concha-toro-se-convierte-socio-mayoritario-cerveceria-chilena-kross, Zugriff am 08.08.2018.

This is Chile, 14.12.2011: Five of Chile´s Best Craft Beer Breweries. Verfügbar unter: https://www.thisischile.cl/five-of-chiles-best-craft-brewers/?lang=en, Zugriff am 03.09.2018.

Todosvinos.cl, 08.05.2017: Consumo de vino en Chile aumentó 7% en el último año. Verfügbar unter http://www.todovinos.cl/wp2/2017/05/08/consumo-de-vino-en-chile-aumento-7-por-ciento-en-el-ultimo-ano/, Zugriff am 20.09.2018.

Traveria, Edu für Voyhoy, 2017: Guía de la Cerveza Chilena. Un mundo de sabores por descubrir. Verfügbar unter: http://chile.voyhoy.com/blog/guia-de-la-cerveza-chilena-un-mundo-de-sabores-por-descubrir/, Zugriff am 03.09.2018.

Vega, Matías für Biobio Chile, 19.12.2017: Analistas evalúan posible guerra da precios entre CCU y Cervecería Chile. Verfügbar unter: https://www.biobiochile.cl/noticias/economia/negocios-y-empresas/2017/12/19/analistas-evaluan-posible-guerra-de-precios-entre-ccu-y-cerveceria-chile.shtml, Zugriff am 10.08.2018.

Vinos de Chile, 2016: Memoria Anual 2016, S. 5. Verfügbar unter: http://www.winesofchile.org/en/system/files/files_studies_reports/montaje%20memoria-web.pdf, Zugriff 10.09.2018.

Vitis Magazine, Nov./Dez. 2017: Rev. Nr. 75, S. 5 f. Verfügbar unter: http://vitismagazine.cl/revistas/rev-no-75/, Zugriff am 12.09.2018.

Yañez, Cecilia für La Tercera, 18.07.2018: Consumo de cerveza sin alcohol crece 127 % en cinco años y es el que más aumenta junto con la lager importada. Verfügbar unter: https://www.latercera.com/pulso/noticia/consumo-cerveza-sin-alcohol-crece-127-cinco-anos-mas-aumenta-junto-la-lager-importada/246811/, Zugriff am 02.08.2018.

HERAUSGEBER
Bundesministerium für Ernährung und
Landwirtschaft (BMEL)
53123 Bonn

BEZUGSQUELLE
ANSPRECHPARTNER
Referat 424
(Absatzförderung, Qualitätspolitik)
Rochusstraße 1
53123 Bonn
E-Mail: 424@bmel.bund.de

STAND
Dezember 2018

UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK
BMEL

BILDNACHWEIS
railwayfx/stock.adobe.com

TEXT
GEFA Exportservice GmbH
Gertraudenstraße 20
10178 Berlin
www.gefaexportservice.com

Deutsch-Chilenische Industrie- und
Handelskammer (AHK Chile)
Avenida El Bosque Norte 0440, Of. 601
Las Condes, Santiago de Chile
www.chile.ahk.de

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Holger Hübner
Anika Kirschning

David Kristen
Theresa von Rennenberg
Charlotte Worbes

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernehmen die GEFA Exportservice GmbH und die Deutsch-Chilenische Industrie- und Handelskammer keine Haftung für die Inhalte der vorliegenden Marktstudie bzw. für Schäden, die sich – direkt oder indirekt – durch Entscheidungen ergeben, die auf Grundlage der Inhalte der vorliegenden Marktstudie getroffen werden.

Nachdruck und Fotokopien, auch teilweise, sind unter genauer Angabe der Quelle und mit Hinweis auf erstens GEFA Exportservice GmbH und die Deutsch-Chilenische Industrie- und Handelskammer und zweitens die Förderung durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gestattet.

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft ist für den Inhalt der Marktstudie nicht verantwortlich. Es werden ausschließlich Meinungen und Auffassungen der Verfasser wiedergegeben.

Diese Publikation wird vom BMEL kostenlos herausgegeben. Sie darf nicht im Rahmen von Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

Weitere Informationen unter
www.bmel.de
@bmel
Lebensministerium

www.agrarexportfoerderung.de